Global Entrepreneurship Monitor

Raport de țară 2021/2022 privind

Antreprenoriatul din România

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

Szabó Tünde Petra
Dézsi-Benyovszki Annamária
Györfy Lehel-Zoltán

Raport de țară 2021/2022 privind

Antreprenoriatul din România

Presa Universitară Clujeană

2024

Online: https://econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat/

ISBN: 978-606-37-2146-5

Design: Kiss Botond, Mihai Guță

Universitatea Babeş-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruţa Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@ubbcluj.ro
http://www.editura.ubbcluj.ro/

Cuprins

Lista tabelelor 4

Lista figurilor 5

Sinteza raportului 8

Definiții și abrevieri GEM..10

1 Ce este GEM? 12

1.1 De ce este important antreprenoriatul? 13

1.2 Cum sunt colectate datele GEM? 17

1.3 Țările participante la cercetarea GEM în 2021 20

2 Antreprenoriatul în timpul pandemiei 22

2.1 Antreprenoriatul din România în comparație internațională 24

2.2 Cum văd antreprenorii impactul pandemiei? 28

3 Atitudini și percepții privind antreprenoriatul din România 31

4 Cât de responsabili sunt din punct de vedere social și al mediului întreprinzătorii din România? 34

5 Cine sunt antreprenorii din România?...37

6 Cum pot fi caracterizate întreprinderile din România? 42

7 Care sunt motivele de a porni sau de a opri o afacere?.........................45

7.1 De ce își demarează antreprenorii propriile afaceri în România? ...45

7.2 Motivele de a închide o afacere în România 46

8 Cum văd experții naționali mediul antreprenorial din România? 48

Referințe bibliografice 56

Lista tabelelor

Tabelul 1.Țările participante la GEM în 2021 clasificate în funcție de PIB pe locuitor 21

Tabelul 2.Ratele activității antreprenoriale în România în comparație internațională, 2021 (% din populația adultă) 27

Tabelul 3.Impactul pandemiei asupra deciziilor adoptate de către antreprenorii în stadiu incipient din România în comparație internațională, 2021 (% din TEA) 29

Tabelul 4.Impactul pandemiei asupra deciziilor adoptate de către proprietarii de firme consacrate din România în comparație internațională, 2021 (% din EBO) 30

Tabelul 5.Atitudini și percepții individuale privind antreprenoriatul în România în comparație internațională, 2021 (% din populația adultă activă) 32

Tabelul 6.Responsabilitatea socială și de mediu a întreprinzătorilor în stadiu incipient din România în comparație internațională (% din antreprenorii în stadiu incipient) 34

Tabelul 7.Responsabilitatea socială și de mediu a întreprinzătorilor consacrați din România în comparație internațională (% din proprietari-manageri de firme consacrate) 35

Tabelul 8. Impactul activității antreprenoriale în România 42

Tabelul 9. Condițiile-cadru antreprenoriale (EFC) GEM 48

Tabelul 10.Condițiile-cadru antreprenoriale ale țărilor cu venituri medii: cele mai mari și cele mai mici scoruri medii, respectiv scorul și poziția României (0 – insuficient, 10 – suficient) 50

Tabelul 11.Cele mai înalte și cele mai scăzute scoruri ale țărilor cu venituri medii, respectiv scorurile acordate de experții din România: răspunsuri la pandemie și sprijin pentru femeile antreprenor 52

Lista figurilor

Figura 1. Cadrul conceptual GEM 16

Figura 2. Procesul antreprenorial și indicatorii GEM 18

Figura 3. Activitatea antreprenorială în stadiu incipient în funcție de PIB pe cap de locuitor, 2021 25

Figura 4. Rata proprietar-managerilor de firme consacrate în funcție de PIB pe cap de locuitor, 2021..26

Figura 5. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de vârstă (%) 38

Figura 6. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de gen...............39

Figura 7. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație 40

Figura 8. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei 41

Figura 9. Distribuția întreprinderilor din România în funcție de sectorul de activitate...43

Figura 10. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologiei utilizate 44

Figura 11. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor/serviciilor oferite 44

Figura 12. Motive pentru a demara o afacere în România 46

Figura 13. Motive de a renunța la o afacere în cazul antreprenorilor în stadiu incipient din România..47

Figura 14. Indicele național al contextului antreprenorial (NECI), 2021...........53

Figura 15. Evaluările experților privind condițiile-cadru antreprenoriale din România 54

GEM Romania
Platforma de monitorizare a antreprenoriatului la nivel național

GEM Romania este o platformă de monitorizare a antreprenoriatului care schimbă regulile jocului la nivel național. Cu peste 23 de ani de experiență, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) este un consorțiu format din echipe naționale, care generează singura cercetare globală ce colectează date direct de la antreprenori individuali. Pe baza cercetărilor efectuate de GEM, factorii de decizie politică beneficiază de informații valoroase despre cum să încurajeze antreprenoriatul pentru a stimula creșterea economică. Simultan, GEM oferă cu acuratețe un diagnostic al ecosistemelor antreprenoriale din întreaga lume (GEM, 2022, pg. 11).

GEM România a depășit inițiativa globală la care a aderat, prin dezvoltarea unei platforme proprii care oferă informații mai cuprinzătoare, corecte și mai valoroase despre antreprenoriatul din România decât datele din Raportul Global GEM sau Raportul de țară, care sunt generate sistematic și consecvent în fiecare an. Platforma GEM România este un instrument valoros pentru oricine are nevoie de informații precise despre antreprenoriatul din România, inclusiv mediul de afaceri, factorii de decizie, mediul academic și societatea în general.

"Educațional vorbind, antreprenoriatul este o competență fundamentală în această lume, astfel încât la UBB o co-creăm programatic cu cursanții noștri prin demersuri transversale (ex. cursuri de formare), alături de cele de specialitate. Acest nou demers al FSEGA duce expertiza UBB în acest domeniu la nivel național, prin activități de monitorizare, analiză și promovarea de bune practici, cu implicații majore pentru demersuri individuale, dar și pentru de politici de tip *evidence-based* în domeniu”.

Prof.univ.dr. Psiholog Daniel David, Rectorul Universității Babeș-Bolyai

La nivelul comunității academice a UBB-FSEGA ne-am asumat două deziderate esențiale în raport cu mediul de afaceri național și internațional, reflectat în acest context, prin intermediul companiilor multinaționale prezente pe teritoriul României. Primul dintre acestea este cel al implicării partenerilor din mediul de afaceri și academic în proiectele de generare a cunoașterii științifice, atât în procesul de conceptualizare, cât și în cel de testare/monitorizare a soluțiilor/mecanismelor/sistemelor obținute în cadrul demersurilor științifice ale echipelor noastre de cercetători, iar platforma GEM România reprezintă în fapt un fundament real și solid pentru transpunerea acestui deziderat în realitate.

Al doilea deziderat la care aș dori să fac referire este cel al dezvoltării unui sistem interconectat de acces la resurse informaționale și servicii suport pentru creșterea nivelului general al cunoașterii și educației în societate, respectiv pentru diminuarea asimetriei informaționale în societate.

Platforma GEM România oferă date, informații și analize care permit accesul nelimitat și nerestricționat la resurse pentru mediul academic, mediul de afaceri, factori decizionali, societate în general, dar și pentru orice persoană privată.
Conf.univ.dr. Răzvan V. Mustață, Decanul UBB-FSEGA

Proiectul de cercetare și platforma GEM România se alătură resurselor oferite de UBB-FSEGA prin intermediul proiectului pilot Romanian Economic Monitor (RoEM) inițiat în primăvara anului 2020, proiect ce a ajuns astăzi la o maturitate binemeritată. În mod direct și fără echivoc, oferim începând de astăzi mediului de afaceri, academic, factorilor decizionali și publicului larg, din România și din spațiul internațional, o bază solidă de informații credibile, reale și comprehensive, cu un nivel ridicat de acuratețe privind întregul mediu economic al României.

Mai mult de atât, cele două platforme sunt parte integrantă din ecosistemul antreprenorial oferit de Universitatea Babeș-Bolyai, cu amprenta de specialitate a Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor (UBB-FSEGA), tuturor studenților din universitate.

Mult succes tuturor și o analiză cât mai plăcută a Raportului de Țară pentru 2021-2022 al Global Entrepreneurship Monitor România!

Sinteza raportului

Rate ale activității antreprenoriale din România (% din populația adultă)

Antreprenori potențiali	14,93%
Antreprenori în stadiu incipient - TEA	9,68%
Antreprenori consolidați – EBO	4,1%

Percepții privind antreprenoriatul din România

37,66%	49,13%	50,02%	55,64%	27,04%
din populația adultă cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani	din populația adultă vede oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele 6 luni	din populația adultă consideră că are competențele necesare demarării unei afaceri	din populația adultă consideră că teama de eșec este o barieră în demararea unei afaceri	din populația adultă consideră că înființarea unei afaceri este ușoară

Impactul pandemiei

	TEA	EBO
Pandemia a creat noi oportunități	46,95%	41,99%
Digitalizare ca răspuns la pandemie	21,07%	6,10%

Aproape jumătate dintre antreprenorii în stadiu incipient, care au renunțat la afacere, au indicat ca motiv pandemia de coronavirus

Profilul antreprenorilor

TEA	27,9% cu vârstă între 25-34 de ani	51,0% bărbați	51,9% cu studii superioare	47,8% cu venituri medii
EBO	39,4% cu vârstă între 45-54 de ani	51,5% femei	40,9% cu studii postliceale	52,2% cu venituri medii

Caracteristicile firmelor

TEA	11,2% au produse/servicii noi pentru clienții din țară sau din întreaga lume	5,0% utilizează tehnologie medie și înaltă	12,0% se așteaptă la o creștere cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	5,0% peste 26% din venituri provine din export
EBO	10,8% au produse/servicii noi pentru clienții din țară sau din întreaga lume	4,7% utilizează tehnologie medie	4,3% se așteaptă la o creștere cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	1,6% peste 26% din venituri provine din export

Opinia experților

Ușurința accesului la finanțare	Programe guvernamentale pentru antreprenoriat	Educație antreprenorială la școală	Infrastructura fizică	Ușurința de intrare pe piață: povară și reglementare
locul 8 din 19 țări cu venituri medii	**locul 18** din 19 țări cu venituri medii	**locul 11** din 19 țări cu venituri medii	**locul 15** din 19 țări cu venituri medii	**locul 6** din 19 țări cu venituri medii

Definiții și abrevieri GEM

Ancheta populației adulte (Adult Population Survey - APS)	Ancheta populației adulte (Adult Population Survey, APS) este administrată unui număr minim de 2000 de adulți din fiecare țară participantă la proiectul Global Entrepreneurship Monitor (GEM), concepută pentru a colecta informații detaliate privind activitățile, atitudinile și aspirațiile antreprenoriale ale respondenților, pe un eșantion reprezentativ la nivel național.
Ancheta națională a experților (National Expert Survey - NES)	Ancheta națională a experților (National Expert Survey, NES) este completată de experți selectați în fiecare dintre țările participante GEM și colectează opiniile lor privind contextul antreprenorial. NES oferă informații legate de caracteristicile socio-economice ale țării care au un impact semnificativ asupra antreprenoriatului, denumite condiții-cadru antreprenoriale (Entrepreneurship Framework Conditions, EFC).
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (Total early-stage Entrepreneurial Activity - TEA)	Procentul din populația cu vârsta cuprinsă între 18 și 64 de ani, care este fie antreprenor debutant, fie proprietar-manager al unei noi întreprinderi.
Rata proprietarilor de afaceri consacrați (Established Business Ownership - EBO)	Procentul din populația cu vârsta cuprinsă între 18 și 64 de ani care este proprietar-manager al unei întreprinderi consacrate, deține și gestionează o întreprindere activă care plătește salarii sau efectuează orice alte plăți proprietarilor pe o perioadă mai lungă de 42 de luni.
Rata activității antreprenoriale a angajaților (Entrepreneurial Employee Activity - EEA)	Rata de implicare a angajaților în activități antreprenoriale ca parte a activității lor profesionale, cum ar fi dezvoltarea sau lansarea de noi bunuri sau servicii, înființarea unei noi unități de afaceri, a unei noi filiale.
Condiții-cadru antreprenoriale (Entrepreneurial Framework Conditions - EFC)	Condițiile identificate de GEM care favorizează sau împiedică crearea de noi întreprinderi într-o anumită economie și care formează cadrul pentru NES. Condițiile luate în considerare sunt: A1. Finanțarea antreprenorială - Există fonduri suficiente pentru întreprinderi nou-înființate? A2. Ușurința accesului la finanțarea antreprenorială - Aceste fonduri sunt ușor de accesat? B1. Politici guvernamentale: Sprijin și relevanță - Promovează și sprijină start-up-urile? B2. Politici guvernamentale: Impozite și birocrație – Întreprinderile noi plătesc impozite mari? C. Programe guvernamentale pentru antreprenoriat - Sunt disponibile programe de sprijin de calitate? D1. Educația antreprenorială în școală - Introduc școlile idei de antreprenoriat?

	D2. Educație antreprenorială postliceală - Facultățile oferă cursuri de inițiere a unei afaceri? E. Transferuri de cercetare și dezvoltare - Pot fi utilizate rezultatele cercetărilor în lansarea noilor afaceri? F. Infrastructura comercială și profesională - Este suficientă și accesibilă? G1. Ușurința de intrare pe piață: Dinamica pieței – Piețele sunt libere, deschise și în creștere? G2. Ușurința de intrare pe piață: Povara și reglementarea - Reglementările încurajează sau limitează intrarea pe piață? H. Infrastructura fizică - Este suficientă și accesibilă? I. Norme sociale și culturale - Încurajează și promovează cultura antreprenorială?
Indicele național al contextului antreprenorial (National Entrepreneurial Context Index - NECI)	Sintetizează într-o singură cifră valoarea medie a celor 13 condiții-cadru antreprenoriale naționale selectate de cercetătorii GEM ca fiind cei mai fiabili factori determinanți ai unui mediu favorabil pentru antreprenoriat. Este calculat ca medie simplă a celor 13 variabile care reprezintă EFC-urile, și care au fost măsurate printr-un set de întrebări evaluate printr-o scală Likert de 11 puncte (0-complet fals, 10-absolut adevărat) și sintetizate prin analiza factorială (metoda componentelor principale).
Echipa națională	GEM este un consorțiu de echipe naționale. Fiecare echipă este condusă de o universitate sau de o altă instituție cu un interes pronunțat în domeniul antreprenoriatului. Echipa este reprezentantul național oficial al proiectului, fiind responsabilă de colectarea anuală a datelor GEM în țară, de întocmirea unui raport național.

Sursă: GEM (2022), pg. 6

1 Ce este GEM?

În scopul de a furniza date comparabile la nivel internațional privind activitatea antreprenorială (Reynolds et al., 2005), cercetătorii de la Babson College (SUA) și London Business School (Marea Britanie) au creat proiectul de cercetare Global Entrepreneurship Monitor (GEM) în anul 1999. **Scopul proiectului GEM este de a exploata date empirice pentru a evalua nivelul activității antreprenoriale în diferite țări**, de a înțelege modul în care activitatea antreprenorială evoluează în timp, și de a înțelege de ce în unele țări rata activității antreprenoriale este mai ridicată decât în altele. În plus, cercetătorii GEM încearcă să exploreze relația dintre activitatea antreprenorială și creșterea economică și să identifice politici publice ce pot stimula spiritul antreprenorial (Álvarez et al., 2014).

Pe parcursul a celor 23 de ani de existență, **Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a oferit decidenților politici informații valoroase** privind modul în care aceștia pot încuraja antreprenoriatul pentru a stimula creșterea economică, efectuând cercetări bazate pe sondaje privind antreprenoriatul și ecosistemele antreprenoriale din întreaga lume (GEM, 2022, pg. 11).

GEM este un consorțiu de echipe naționale asociate în principal cu instituții academice de top. **Este singura cercetare globală care colectează date privind antreprenoriatul obținute direct de la întreprinzătorii individuali**. Datele GEM sunt unice și aduc beneficii următoarelor părți interesate:

- mediul academic poate să aplice abordările unice ale GEM pentru a studia antreprenoriatul la nivel național
- factorii de decizie politică pot utiliza datele GEM pentru a lua decizii mai bine fundamentate în scopul sprijinirii ecosistemelor antreprenoriale
- antreprenorii își pot spori cunoștințele legate de domeniile în care se poate investi
- sponsorii și partenerii pot colabora cu GEM pentru a-și promova propriile interese organizaționale strategice
- organizațiile internaționale pot valorifica cunoștințele antreprenoriale ale GEM în rapoartele lor prin combinarea datelor GEM cu propriile seturi de

date pentru a îmbunătăți analiza și leadership-ul de gândire în domeniul antreprenoriatului.

Consorțiul GEM a devenit cea mai importantă sursă de informație fiabilă privind situația antreprenoriatului și a ecosistemelor antreprenoriale din întreaga lume, publicând anual nu numai Raportul global GEM, ci și o serie de rapoarte naționale și rapoarte pe teme speciale. La primul studiu GEM s-au alăturat 10 țări. De atunci aproximativ 115 țări din întreaga lume au participat la cercetarea GEM. Ca urmare, GEM este cel mai amplu studiu în curs de desfășurare privind dinamica antreprenorială din lume.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) oferă un set de date bazate pe **interviuri ample realizate în anul 2021 cu aproximativ 150.000 de persoane din 50 de țări, care împreună reprezintă aproximativ 68% din produsul intern brut (PIB) global și 45% din populația totală a lumii**. Aceste persoane se adaugă la cele peste trei milioane de persoane intervievate de GEM de la înființarea sa din 1999. Datele din seriile cronologice oferă contextul pentru analiza și evaluarea rezultatelor din anul 2021, permițând identificarea schimbărilor în timp în mediul antreprenoriat.

1.1 De ce este important antreprenoriatul?

Antreprenoriatul, în sensul creării de noi întreprinderi, **este legat în special de inovare, concurență și restructurare**. O proporție mică, dar semnificativă a întreprinderilor nou-înființate introduce noi cunoștințe în economie, încorporate în noi produse/servicii sau în modalități noi de producție a unui bun sau serviciu existent. Majoritatea întreprinderilor nou înființate nu sunt inovatoare, ci mai degrabă folosesc produse și tehnici dezvoltate de alții. În același timp, prin numărul lor, toate întreprinderile nou-înființate contribuie la creșterea concurenței. Inovarea și concurența contribuie la o restructurare a economiei, inclusiv la abandonarea afacerilor, la fuziuni și inițiative antreprenoriale (Sternberg și Wennekers, 2005).

Înființarea și administrarea întreprinderilor reprezintă un proces esențial în orice economie dinamică. **Întreprinderile noi creează locuri de muncă, asigură venituri mai mari și valoare adăugată, adesea prin introducerea unor idei,**

tehnologii și produse noi în societate. O întreprindere de succes nou înființată accelerează schimbarea structurală a economiei, valorificând resursele pentru a produce bunuri și servicii pe care oamenii și-le doresc și pentru care sunt dispuși să plătească. Desigur, nu toate întreprinderile noi se dezvoltă și prosperă. Cu toate acestea, eșecul s-a dovedit a fi o parte importantă a procesului de dezvoltare a afacerii, încurajând învățarea și dezvoltarea personală a antreprenorilor pregătiți să se ridice și să o ia de la capăt.

Nivelul activității antreprenoriale este un indicator important al dinamicii unei economii. Consecvența în definirea și măsurarea nivelului activității antreprenoriale permite monitorizarea evoluției antreprenoriatului în timp. Aceasta este o caracteristică deosebit de importantă în mijlocul turbulențelor cauzate de pandemia COVID-19. Pandemia de coronavirus a avut efecte multiple asupra antreprenoriatului: de la împiedicarea sau limitarea intențiilor antreprenorilor de a crea întreprinderi noi până la oferirea de noi oportunități de piață pentru cei suficient de agili și creativi pentru a răspunde rapid la circumstanțele în schimbare.

În plus, acest raport **oferă informații privind impactul pandemiei asupra intențiilor și activităților antreprenoriale**, asupra utilizării tehnologiei în vânzarea bunurilor și serviciilor, respectiv informații privind opiniile experților naționali legate de economia în schimbare, cum ar fi impactul muncii la domiciliu și apariția economiei de tip „gig” (în care poți lucra oricând și de oriunde).

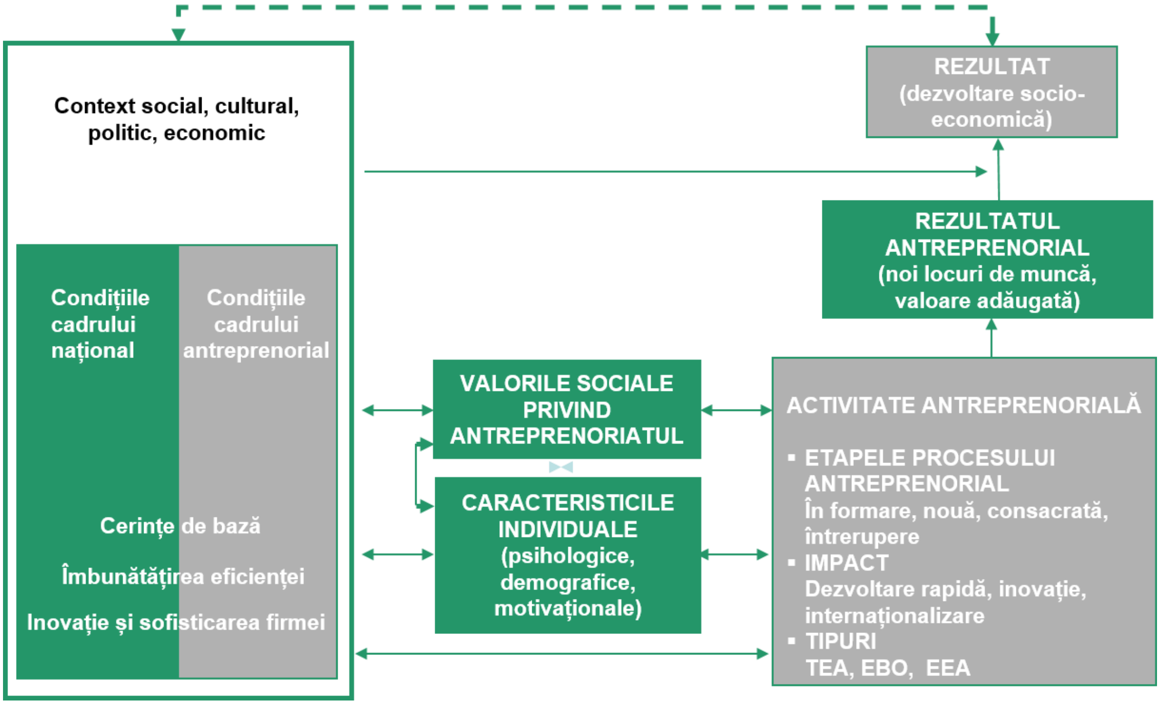
Mediul de afaceri s-a schimbat dramatic în ultimii doi ani. Milioane de angajați și proprietari de afaceri din întreaga lume s-au adaptat la faptul că fac mai puțină navetă și lucrează mai mult de acasă. **Obiceiurile consumatorilor au evoluat către cumpărături online și opțiuni de livrare la domiciliu,** ceea ce înseamnă că centrele comerciale au fost nevoite să se adapteze la o activitate directă mult mai redusă (Szász et al., 2022). Multe schimbări provocate de pandemie nu vor dispărea odată cu sfârșitul pandemiei. Bosma et al. (2021, pg. 52) au remarcat modalitățile inovatoare prin care antreprenorii dinamici au profitat de noile oportunități create de pandemie. Antreprenorii, prin însăși natura lor, sunt în permanență în căutarea unor astfel de oportunități.

La nivel mondial, se pare că există o schimbare prudentă în direcția redresării, economiile deschizându-se treptat și ridicând restricțiile majore instituite pentru a

evita cele mai grave efecte ale pandemiei, deși, pe măsură ce apar noi variante ale virusului, în unele economii reapar restricții temporare. Pe măsură ce redresarea orientează mediul de afaceri către rezultate mai pozitive, vor exista și mai multe oportunități de a schimba condițiile de trai și de muncă. **O întrebare cheie este legată de existența unui potențial pentru regândirea modelelor de afaceri și pentru crearea de întreprinderi care să contribuie la tipul de dezvoltare economică care promovează obiectivele de dezvoltare durabilă (ODD)** ale Agendei 2030 a Organizației Națiunilor Unite (ONU) de reducere a sărăciei și de promovare a incluziunii și a unei societăți mai echitabile, fără a afecta viitorul acesteia. GEM se concentrează din ce în ce mai mult și asupra acestor subiecte.

Înființarea unei afaceri noi este o decizie personală, care reflectă dorința, competența și motivația unei persoane. Cu toate acestea, întreprinzătorii noi creează afaceri într-un context de valori și cadru social care pot promova sau împiedica dezvoltarea spiritului antreprenorial, de exemplu, prin încurajarea sau descurajarea creativității sau a asumării unor riscuri. **Antreprenorii își desfășoară activitatea în cadrul unui ecosistem antreprenorial** care poate facilita sau restricționa accesul la resurse, inclusiv la finanțare și expertiză. Aceste relații sunt cuprinse în cadrul conceptual GEM, ilustrat în Figura 1.

Figura 1. Cadrul conceptual GEM



Sursă: GEM (2022), pg. 23

Există o relație între decizia de a demara o nouă afacere și mediul local, regional și național care influențează această decizie în mod direct (prin accesul la resurse) și indirect (prin efectele sale asupra valorilor și priorităților sociale). **Interacțiunea dintre caracteristicile personale și mediul antreprenorial influențează**, de asemenea, **demararea unei afaceri în ceea ce privește alegerea sectorului, gradul de inovare și aspirațiile antreprenoriale.** Acest lucru afectează rezultatele potențiale ale oricărei întreprinderi noi privind locurile de muncă și valoarea adăugată și, prin urmare, dezvoltarea socio-economică.

GEM studiază opiniile și valorile exprimate de antreprenori din economiile participante, identificând pe cei care demarează sau conduc o afacere nouă, analizând motivațiile și aspirațiile acestora. Raportul prezintă analize bazate pe informații privind ecosistemul antreprenorial național și impactul acestuia asupra încurajării sau descurajării noilor întreprinderi.

1.2 Cum sunt colectate datele GEM?

Fiecare echipă națională GEM este condusă, de obicei, de o instituție academică de top din țară sau de către o altă organizație care are un interes direct și o expertiză adecvată în domeniul antreprenoriatului. Echipa națională este responsabilă de colectarea datelor GEM în țara respectivă. În fiecare an, după publicarea raportului global, fiecare echipă elaborează propriul raport național.

Cercetarea GEM se axează pe două anchete complementare. Prima și cea mai cuprinzătoare este **Ancheta populației adulte (Adult Population Survey, APS)** care oferă o analiză a caracteristicilor, motivațiilor și aspirațiilor persoanelor care înființează întreprinderi, precum și a atitudinilor sociale față de antreprenoriat. Chestionarul APS este completat, prin telefon sau prin interviu față în față și, uneori, online, de un eșantion aleatoriu de **cel puțin 2.000 de respondenți adulți din fiecare economie**.

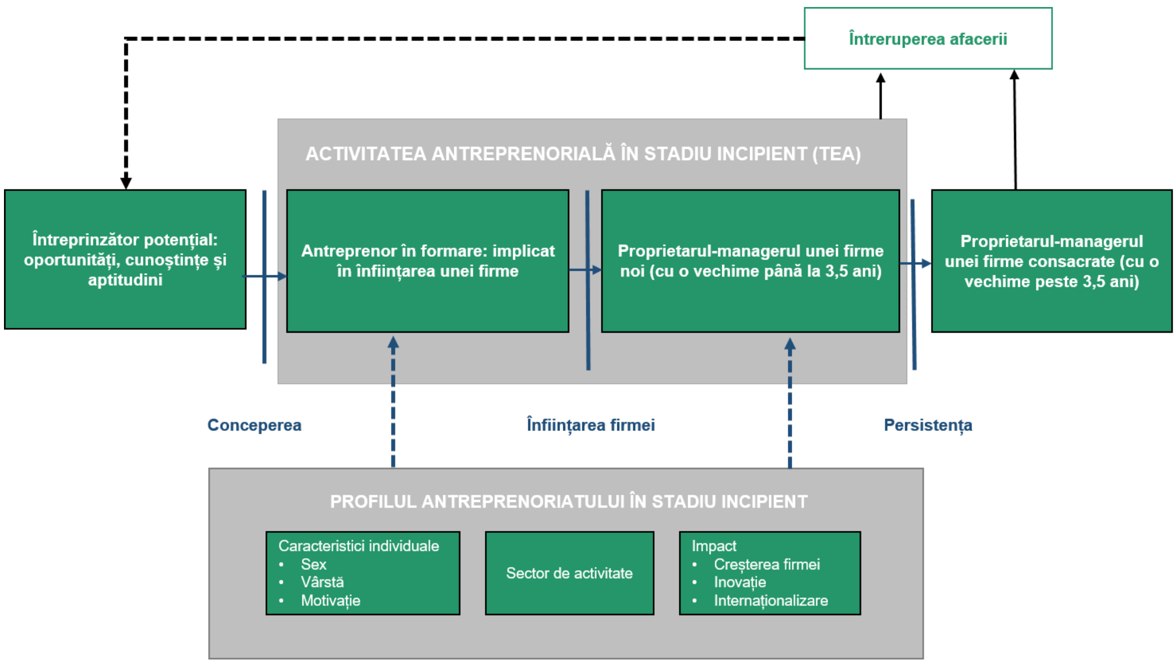
Eșantionul este stratificat pentru a reprezenta populația națională de bază în funcție de vârstă, gen și mediu. Interviurile online rămân o proporție mică din cauza dificultăților de asigurare a reprezentativității. Respondenții răspund la întrebări privind atitudinile și percepțiile lor, dacă sunt sau nu implicați în mod activ în demararea sau gestionarea unei noi afaceri și oferă detalii privind caracteristicile demografice, cum ar fi vârsta, genul și venitul familiei. Coerența acestor întrebări și modul în care rezultatele sunt utilizate pentru a estima variabilele cheie sunt cele care permit comparații între economii și în timp.

Prin chestionarea indivizilor, a atitudinilor și activităților acestora, GEM poate oferi informații despre decizia personală de a lansa o afacere și despre dezvoltarea acesteia într-un mod pe care statisticile oficiale privind întreprinderile, cum ar fi numărul de firme înregistrate, nu le pot oferi. În plus, prin anchetarea persoanelor și prezentarea anonimă a rezultatelor, APS prezintă atât activitatea din economia informală, cât și din cea formală. **În 2021, peste 148.000 de persoane au completat chestionarul GEM APS, adăugându-se la baza de date GEM de peste trei milioane de respondenți APS din 120 de economii diferite de la începutul primelor anchete, în 1999.**

Deși recunoaște importanța continuității și a consecvenței în ceea ce privește întrebările APS, GEM trebuie, de asemenea, să răspundă la modificarea circumstanțelor și a priorităților. **Baza de date GEM APS poate fi utilizată pentru a evalua impactul pandemiei asupra antreprenorilor din întreaga lume.** GEM APS în 2021 a inclus întrebări noi legate de pandemie, întrebări referitoare la faptul dacă antreprenorii iau în considerare impactul social și de mediu în luarea deciziilor legate de viitorul afacerilor lor, dacă inițierea unei afaceri este mai dificilă decât în urmă cu un an, respectiv dacă întreprinderile noi se așteaptă să utilizeze tehnologii digitale pentru a-și vinde produsele/serviciile.

Figura 2 ilustrează modul în care răspunsurile la chestionarul APS sunt utilizate pentru a descrie **etapele diferite ale procesului antreprenorial**, de la a avea o idee, la a identifica oportunități (concepție), la a începe o afacere prin alocarea de resurse pentru a valorifica oportunitățile percepute (nașterea firmei), la dezvoltarea acestei noi inițiative într-o afacere stabilă (persistență) sau, uneori, la abandonarea afacerii.

Figura 2. Procesul antreprenorial și indicatorii GEM



Sursă: GEM (2022), pg. 26

Figura 2 oferă, de asemenea, un ghid pentru unele definiții și indicatori cheie ai GEM. Faptul de a vedea oportunități de afaceri și de a avea intenția de a înființa o afacere sunt precursori importanți ai creării unei întreprinderi.

GEM face distincție între **trei etape ale activității antreprenoriale**:

- *antreprenori în formare*: cei care au alocat în mod activ resurse pentru a demara o afacere, dar care nu au plătit încă salarii sau indemnizații timp de trei luni (inclusiv pentru ei înșiși)
- *antreprenori noi*: cei care demarează și gestionează o afacere și plătesc salarii sau indemnizații de cel puțin trei luni
- *proprietari-manageri de întreprinderi consacrate*: cei care conduc o întreprindere care a plătit salarii timp de cel puțin 42 de luni.

Un indicator GEM de o importanță fundamentală ***este rata activității antreprenoriale în stadiu incipient*** (total early-stage entrepreneurial activity rate, **TEA)**, care reprezintă procentul adulților dintr-o anumită economie care înființează sau conduc o nouă afacere (antreprenori în formare sau proprietarii de afaceri noi).

Cel de-**al doilea sondaj GEM de bază este ancheta națională a experților (National Expert Survey, NES)**, prin intermediul căruia **cel puțin 36 de experți naționali**, identificați și aprobați de GEM, completează un sondaj online în care se solicită informații **privind condițiile mediului antreprenorial**, permițând evaluarea și compararea contextului antreprenorial între economii.

Rezultatele oferă unele informații legate de cele mai avantajoase locuri pentru a începe o afacere și, prin urmare, au o valoare potențială mare atât pentru antreprenori, cât și pentru factorii de decizie politică în luarea deciziilor. În acest an experții naționali au evaluat și impactul pandemiei asupra mediului antreprenorial, respectiv sprijinul acordat femeilor antreprenor.

APS și NES oferă o descriere completă și detaliată a nivelului și naturii activității antreprenoriale în fiecare economie studiată. În anul 2021 au participat 47 de echipe naționale atât la GEM APS, cât și la NES, în timp ce alte trei echipe naționale au participat doar la ancheta NES, în principal datorită dificultăților în colectarea datelor din cauza restricțiilor din timpul pandemiei. Cu toate acestea,

acest nivel de implicare este o realizare unică, substanțială și o dovadă a perseverenței echipelor naționale GEM.

1.3 Țările participante la cercetarea GEM în 2021[1]

Rapoartele globale din anii anteriori au clasificat economiile participante în funcție de venit și regiune. Categoriile de venit au fost cele utilizate de Banca Mondială pentru realizarea clasamentului anual al țărilor în funcție de veniturile pe cap de locuitor. Pe măsură ce economiile s-au dezvoltat, un număr din ce în ce mai mare de țări participante la GEM au fost plasate în categoria celor cu venituri ridicate. Utilizarea categoriilor de venit ale Băncii Mondiale în ultimii trei ani ar avea ca rezultat faptul că două treimi sau mai mult din economiile GEM ar fi clasificate ca țări cu venituri ridicate, puține dintre ele fiind încadrate în grupa celor cu venituri medii și foarte puține în categoria celor cu venituri mici. Prin urmare, compararea rezultatelor GEM în funcție de grupă de venituri a devenit din ce în ce mai puțin semnificativă.

Din acest motiv, **GEM (2022)** a continuat să utilizeze datele Băncii Mondiale, însă **și-a definit propria clasificare în funcție de venit pentru a obține o distribuție mai uniformă a economiilor participante**. Tabelul 1 prezintă țările participante la GEM în anul 2021, clasificate în funcție de veniturile pe cap de locuitor, folosind datele Băncii Mondiale, după cum urmează:

- economii cu venituri mici, cu un PIB (produs intern brut) pe cap de locuitor mai mic de 20.000 de dolari
- economii cu venituri medii, cu un PIB pe cap de locuitor cuprins între 20.000 și 40.000 de dolari
- economii cu venituri ridicate, cu un PIB pe cap de locuitor de peste 40.000 de dolari.

Aceste limite sunt arbitrare, fiind alese pentru a defini grupe cu un număr aproximativ egal de economii. Această clasificare va fi utilizată în prezentarea rezultatelor în acest raport. Rapoartele din anii anteriori au clasificat, de asemenea,

[1] Pentru mai multe detalii privind datele țărilor participante GEM în anul 2021 a se vedea GEM (2022), pg. 92-191.

economiile în funcție de regiune, o clasificare care a devenit din ce în ce mai politizată și dificil de menținut într-o economie conectată la nivel global.

Tabelul 1. Țările participante la GEM în 2021 clasificate în funcție de PIB pe locuitor

Venituri mici < 20.000 USD	Venituri medii ≥ 20.000 USD și ≤ 40.000 USD	Venituri ridicate > 40.000 USD
Africa de Sud	Belarus	Arabia Saudită
Brazilia	Chile	Canada
Columbia	Cipru	Elveția
Egipt	Croația	Emiratele Arabe Unite
Guatemala	Federația Rusă	Finlanda
India	Grecia	Franța
Iran	Kazahstan	Germania
Jamaica	Letonia	Irlanda
Maroc	Lituania	Israel
Mexic	Oman	Italia
Republica Dominicană	Panama	Japonia
Sudan	Polonia	Luxemburg
	Republica Slovacă	Norvegia
	România	Olanda
	Slovenia	Qatar
	Spania	Regatul Unit
	Turcia	Republica Coreea
	Ungaria	Statele Unite ale Americii
	Uruguay	Suedia

Sursă: GEM (2022), pg. 28

Grupa țărilor cu venituri mici este dominată de economiile din America Latină, Caraibe și Africa, în timp ce majoritatea țărilor din grupa economiilor cu venituri medii sunt din Europa de Sud și Europa de Est. Grupa cu venituri ridicate include economiile din Europa de Nord, Asia de Est și America de Nord, plus trei state ale Golfului Persic.

2 Antreprenoriatul în timpul pandemiei

Cercetările anterioare privind modul în care comunitățile se confruntă cu crize, precum dezastrele naturale, sugerează că **antreprenorii sunt în măsură să joacă un rol esențial în sprijinirea comunităților în combaterea crizelor de sănătate publică, precum pandemia COVID-19** (Welter, 2011; Grube și Storr, 2018). Procesul de redresare pentru orice criză socială depinde și de acțiunea antreprenorilor. În timpul unei pandemii, ca și în cazul altor crize, antreprenorii pot îndeplini și îndeplinesc funcții economice și sociale esențiale pentru a ajuta persoanele și comunitățile să facă față crizelor și să se recupereze (Storr et al., 2022).

Conform Galindo-Martín et al. (2021), din punct de vedere strict economic întrebarea este cum se pot concepe măsuri care să stimuleze creșterea economică pentru a reduce efectele negative ale pandemiei. Pentru a atinge acest obiectiv este necesar să se intensifice factorii care afectează pozitiv creșterea economică. În acest sens, literatura de specialitate consideră că antreprenoriatul este unul dintre factorii care pot contribui la atingerea acestui obiectiv.

Relația dintre dezvoltarea economică și rata activității antreprenoriale este îndelung discutată. Conform lui van Stel et al. (2005), influența antreprenoriatului asupra creșterii economice nu este bine documentată în literatura empirică din cauza dificultăților de definire și măsurare a antreprenoriatului. **Cercetarea impactului activității antreprenoriale asupra creșterii economice este una dintre principalele preocupări ale proiectului GEM.** Relația dintre activitatea antreprenorială și creșterea economică nu este clară (Carree și Thurik, 2007), nu s-a ajuns la modele complet satisfăcătoare (Liñán și Fernandez-Serrano, 2014), și reprezintă multe provocări pentru lumea academică.

Djankov et al. (2002) au arătat că costurile și timpul necesar pentru a înființa o nouă întreprindere sunt considerabil mai mari în țările cu venituri scăzute decât în cele cu venituri ridicate. În economiile cu venituri ridicate există mai multe oportunități pentru antreprenoriatul inovativ datorită cererii crescute pentru produsele și serviciile furnizate de start-up-uri inovatoare (Wennekers et al., 2010).

În plus, antreprenoriatul, prin autonomia la locul de muncă, poate contribui la satisfacerea unor nevoi superioare (Scott Morton și Podolny, 2002).

Rolul și importanța inițiativelor antreprenoriale diferă în funcție de nivelul de dezvoltare a economiei. Ratele de supraviețuire ale firmelor în țările mai puțin dezvoltate sunt semnificativ mai scăzute decât în cele dezvoltate. De aceea, ratele ridicate de înființare ale întreprinderilor în țările în curs de dezvoltare nu reprezintă același lucru din punct de vedere al economiei ca și în țările foarte dezvoltate. În țările în curs de dezvoltare, în comparație cu țările dezvoltate, există un procent mult mai mic al întreprinderilor nou înființate ce se pot transforma în întreprinderi cu creștere rapidă care generează o valoare adăugată substanțială (van Stel et al., 2005).

Un nivel mai ridicat al veniturilor poate însemna mai multe oportunități de afaceri și un acces sporit la resurse, inclusiv la educație în domeniul antreprenoriatului. Veniturile mai mari pot însemna, de asemenea, mai multe oportunități de carieră, deci mai multe compromisuri și concesii pentru cei care își deschid propria afacere, alături de plase de siguranță socială mai puternice, cum ar fi ajutoarele de șomaj și de asistență socială, și, prin urmare, mai puține motive de a deschide o afacere din necesitate.

Un nivel scăzut al veniturilor înseamnă aproape sigur un acces limitat la resurse și o cerere relativ scăzută de bunuri și servicii, dar poate însemna și mai puține alternative de venit și mai puține beneficii de pierdut în cazul înființării propriei afaceri. Influențele circulare înseamnă că nivelul venitului actual și ale activității antreprenoriale se influențează reciproc în viitor. Ratele ridicate ale activității antreprenoriale din prezent pot duce la venituri mai mari în viitor. Astfel, nivelul veniturilor și activitate antreprenorială sunt interconectate. Cu siguranță majoritatea guvernelor sunt interesate să promoveze creșterea activității antreprenoriale datorită beneficiilor economice și sociale pe care le poate aduce, inclusiv armonia socială și reducerea probabilității de conflicte sociale.

2.1 Antreprenoriatul din România în comparație internațională

Relația complexă dintre venit și activitatea antreprenorială este ilustrată în Figura 3, care prezintă nivelul activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) din fiecare economie participantă GEM în raport cu nivelul produsului intern brut (PIB) pe cap de locuitor din economia respectivă, combinând datele GEM referitoare la TEA cu datele Băncii Mondiale referitoare la PIB pe cap de locuitor. Relația pare să fie ușor inversă: **nivelurile mai ridicate de venit sunt asociate cu rate mai scăzute de TEA**. De remarcat este faptul că această legătură nu este neapărat inversă. Există o serie de economii cu venituri mici care au rate relativ scăzute ale activității antreprenoriale în stadiu incipient.

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în grupa economiilor cu venituri scăzute variază între 6% (Maroc) și 42% (Republica Dominicană); în cazul țărilor cu venituri medii este între 2% (Polonia) și 30% (Chile); în timp ce în cazul economiilor cu venituri ridicate acest interval este de la 4% (Norvegia) până la 20% (Canada). Proporția adulților care încep sau administrează afaceri noi este cea mai ridicată în Republica Dominicană dintre cele 47 de economii participante GEM, unde peste doi din cinci adulți încep sau administrează o nouă afacere. Cea mai mică rată se înregistrează în Polonia, unde doar unul din 50 de adulți este antreprenor în stadiu incipient. În România rata activității antreprenoriale în stadiu incipient este 9,68%, adică aproape din fiecare zece persoane o persoană poate fi considerată antreprenor în stadiu incipient.

Economiile cu venituri ridicate au înregistrat o anumită scădere a activității antreprenoriale la începutul pandemiei, după care schemele de sprijin și redresare economică au restabilit, cel puțin parțial, ratele în anul 2021. În economiile cu venituri mici și medii, cu un sprijin, în general, mai redus pentru întreprinderi, este posibil ca mai multe persoane să își deschidă propria afacere datorită lipsei locurilor de muncă și a altor alternative de venit.

În majoritatea economiilor proporția adulților care administrează o afacere consacrată a scăzut în anul 2021 față de anul 2019. În șase economii dintre țările participante GEM scăderea a fost mai mare de 3% din populația adultă (Columbia, India, Letonia, Brazilia, Chile și Elveția).

Figura 3. Activitatea antreprenorială în stadiu incipient în funcție de PIB pe cap de locuitor, 2021

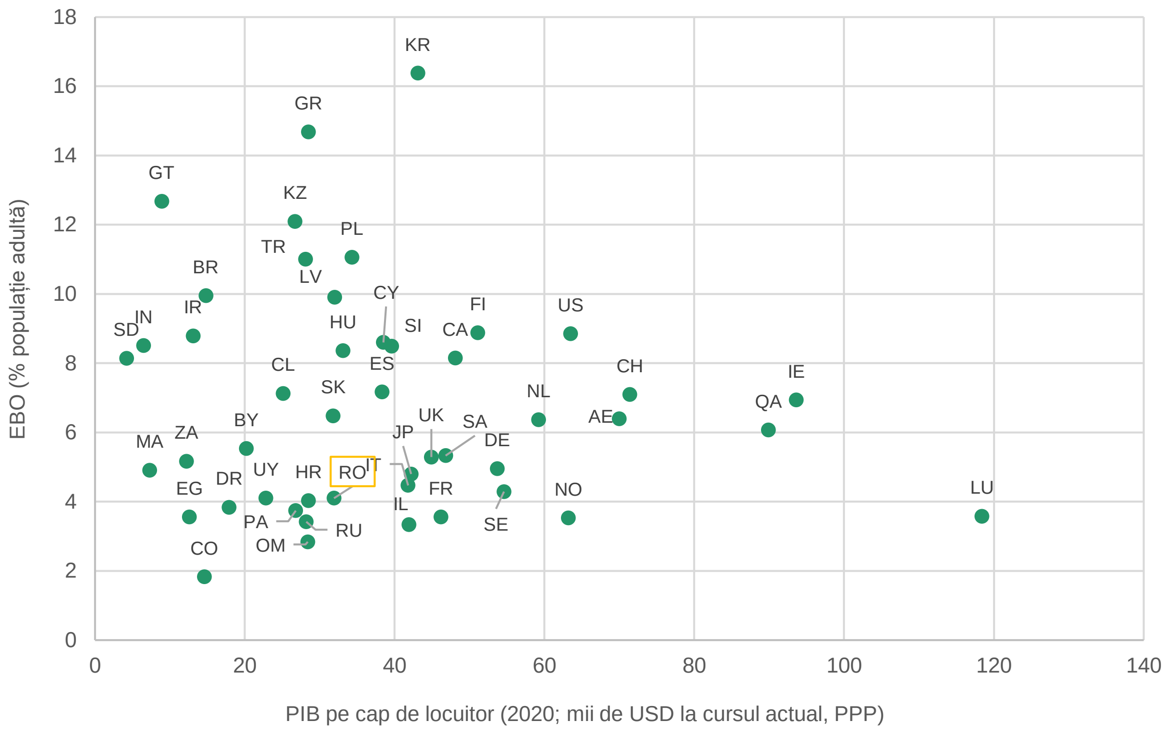


Sursă: GEM (2022), pg. 45

Figura 4 prezintă ratele activității antreprenoriale ale proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO) în funcție de PIB pe cap de locuitor în cele 47 de economii participante la sondajul GEM în 2021. **Rata EBO prezintă mai puține diferențe, iar intervalele de variație sunt destul de asemănătoare în cazul fiecărei grupe de venit.** În grupa economiilor cu venituri scăzute rata EBO are valori între 2% dintre adulți în Columbia și 13% în Guatemala, în cazul țărilor cu venituri medii între 3% în Oman și 15% în Grecia, iar în cazul economiilor cu venituri ridicate între 3% în Israel și 16% în Republica Coreea.

În România rata proprietar-managerilor de firme consacrate este 4,1%, rată care se situează sub media țărilor cu venituri medii (7,37%), respectiv sub media țărilor participante GEM (6,77%).

Figura 4. Rata proprietar-managerilor de firme consacrate în funcție de PIB pe cap de locuitor, 2021



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021 și World Bank https://data.worldbank.org. GDP per capita measured in $ international, PPS (purchasing power parity)

Multe dintre economiile care au cele mai ridicate rate TEA au relativ puține întreprinderi consacrate. Exemplul cel mai extrem este Republica Dominicană cu un TEA (42%) care este de peste 10 ori mai mare decât rata EBO. Adică, în Republica Dominicană există mai mult de 10 adulți care încep o nouă afacere pentru fiecare adult care deține și administrează o afacere consacrată. Acest lucru poate fi explicat prin faptul că fie a avut loc o dezvoltare foarte recentă a spiritului antreprenorial în această economie și noile întreprinderi nu au avut timp să se înființeze, fie, mai probabil, majoritatea noilor întreprinderi sunt tranzitorii și probabil nu vor supraviețui până la maturitate.

La celălalt capăt al clasamentului se află Polonia, unde 2% dintre adulți încep o nouă afacere față de 11% care dețin și gestionează o afacere consacrată, adică există mai mult de cinci adulți care gestionează o afacere consacrată pentru fiecare adult care începe o nouă afacere. În timp ce întreprinderile consacrate pot oferi locuri de muncă și venituri stabile, numărul relativ mic de întreprinderi noi din

Polonia ar putea să nu fie suficient pentru a reconstrui în timp baza de întreprinderi consacrate.

Tabelul 2 prezintă ratele activității antreprenoriale în România comparativ cu câteva țări din Europa Centrală și de Est (Croația, Polonia, Ungaria), respectiv cu media țărilor cu venituri medii și media țărilor participante GEM în anul 2021.

Tabelul 2. Ratele activității antreprenoriale în România în comparație internațională, 2021 (% din populația adultă)

	Croația	Polonia	România	Ungaria	Medie grup	Medie GEM
Rata activității antreprenorilor potențiali	27,93	3,69	14,93	10,66	26,56	27,19
Rata activității antreprenorilor potențiali (care nu sunt implicați încă în activități antreprenoriale)	21,68	2,85	9,72	8,09	23,01	23,41
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient	12,35	2,00	9,68	9,75	12,57	13,53
Rata proprietar-managerilor de firme consacrate	4,03	11,06	4,10	8,36	7,37	6,77
Investitori de tip business angel	5,61	2,24	2,61	2,84	7,04	7,56
Rata întreruperii afacerii 1 (afacerea nu a fost continuată)	2,35	2,80	1,83	1,69	4,89	4,65
Rata întreruperii afacerii 2 (afacerea a fost continuată)	2,08	1,68	0,77	0,46	1,46	1,87

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Ratele activității antreprenoriale măsurate în România se află atât sub media calculată în cazul economiilor cu venituri medii, cât și sub media țărilor participante GEM. Acest lucru este pozitiv în cazul ratei întreruperii afacerii, care este semnificativ mai mică decât mediile analizate (1,83% în România). În România rata celor care în următorii trei ani intenționează să demareze o afacere este 14,93% din populația adultă. Această rată este mai mare decât cea înregistrată în Ungaria (10,66%) și Polonia (3,69%).

În România există mai mult de doi adulți care încep o nouă afacere pentru fiecare adult care administrează o afacere consacrată. În cazul țărilor analizate în Croația această rată este puțin mai ridicată (3:1), în cazul Ungariei este mai scăzută (1:1),

iar în Polonia rata este de 0,18 (sunt de cinci ori mai puțini antreprenori în stadiu incipient decât antreprenori consacrați).

Rata investitorilor de tip business angel în țările analizate este mai scăzută decât mediile luate în considerare. Doar 2,61% din populația adultă a României a declarat că în ultimii trei ani a furnizat fonduri pentru pornirea unei noi afaceri de către o altă persoană.

2.2 Cum văd antreprenorii impactul pandemiei?

Creșterea afacerilor online și a muncii de acasă par a fi cele mai importante și transformatoare schimbări ale secolului. GEM a inclus o nouă întrebare în chestionarul APS 2021, în care îi întreabă pe cei care încep sau conduc o afacere nouă, respectiv pe cei care dețin și gestionează afaceri consacrate, dacă se așteaptă să utilizeze mai mult tehnologia digitală pentru a-și vinde produsele sau serviciile în următoarele șase luni.

Așteptările legate de digitalizare au fost mai ridicate în economiile cu venituri scăzute, unde întreprinderile nou înființate de obicei nu folosesc tehnologia de vârf. Este mai probabil ca antreprenorii în stadiu incipient să se aștepte să utilizeze tehnologii digitale în proporție mai mare decât antreprenorii consacrați. Rata antreprenorilor în stadiu incipient cu această așteptare a depășit pe cea a antreprenorilor consacrați în toate economiile, cu excepția a trei economii: Africa de Sud, Franța și Republica Coreea. Întreprinderile consacrate au nevoie de mai multe încurajări sau stimulente pentru a investi în tehnologii digitale pentru a ajunge la clienții lor, în caz contrar vor fi depășite de noile realități de afaceri.

În Tabelul 3 sunt prezentate **părerile antreprenorilor în stadiu incipient legate de impactul pandemiei** asupra deciziilor privind tehnologia digitală adoptată, privind exploatarea noilor oportunități, respectiv privind modul în care guvernul a gestionat consecințele pandemiei asupra economiei.

În ceea ce privește deciziile de adoptare a tehnologiilor digitale ale antreprenorilor în stadiu incipient, putem afirma că **în România ponderea celor care au afirmat că vor adopta tehnologii digitale ca răspuns la pandemie (21,07%) este peste media țărilor cu venituri medii (18,23%).** Mai mult decât jumătate dintre

antreprenorii în stadiu incipient consideră că afacerea poate funcționa și fără tehnologii digitale, ceea ce înseamnă că ar trebui conștientizate beneficiile adoptării tehnologiilor digitale.

În România 46,95% dintre antreprenorii în stadiu incipient consideră că pandemia de coronavirus a adus noi oportunități pe care vor să le exploateze. Această rată este cea mai ridicată dintre țările analizate, depășește atât media țărilor cu venituri medii, cât și media țărilor participante GEM.

Doar un sfert din antreprenorii în stadiu incipient din România consideră că guvernul a gestionat eficient consecințele pandemiei asupra economiei. Această rată este cea mai scăzută în Polonia (14,47%).

Tabelul 3. Impactul pandemiei asupra deciziilor adoptate de către antreprenorii în stadiu incipient din România în comparație internațională, 2021 (% din TEA)

	Croația	Polonia	România	Ungaria	Medie grup	Medie GEM
Adoptarea tehnologiilor digitale ca răspuns la pandemia de coronavirus	23,28	13,21	21,07	15,36	18,23	24,48
Dezvoltarea planurilor inițiale cu tehnologii digitale noi sau îmbunătățite	15,51	10,07	10,67	12,92	12,29	17,98
Utilizarea unei serii de tehnologii digitale înainte de pandemia de coronavirus	29,28	11,32	17,66	27,42	21,42	24,25
Afacerea poate funcționa și fără tehnologii digitale	31,93	65,40	50,60	44,30	48,06	33,29
Exploatarea noilor oportunități	32,71	24,83	46,95	23,41	37,66	42,61
Până acum, guvernul a gestionat eficient consecințele pandemiei asupra economiei	29,08	14,47	24,85	24,61	30,96	37,77

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Tabelul 4 prezintă răspunsurile antreprenorilor consacrați legate de efectele pandemiei. Din analiza datelor reiese faptul că **antreprenorii consacrați sunt mai reticenți față de tehnologia digitală.** Aproximativ 65% dintre antreprenorii consacrați din România și Polonia sunt de părere că afacerea lor poate funcționa

și fără tehnologii digitale. În Croația și Ungaria întreprinderile consacrate sunt mai digitalizate. În opinia antreprenorilor consacrați din România pandemia a adus noi oportunități.

Tabelul 4. Impactul pandemiei asupra deciziilor adoptate de către proprietarii de firme consacrate din România în comparație internațională, 2021 (% din EBO)

	Croația	Polonia	România	Ungaria	Medie grup	Medie GEM
Adoptarea tehnologiilor digitale ca răspuns la pandemia de coronavirus	15,05	6,09	6,10	10,99	9,56	19,11
Dezvoltarea planurilor inițiale cu tehnologii digitale noi sau îmbunătățite	20,66	11,08	7,49	15,78	13,75	16,98
Utilizarea unei serii de tehnologii digitale înainte de pandemia de coronavirus	32,95	18,73	22,69	35,41	27,45	26,01
Afacerea poate funcționa și fără tehnologii digitale	31,33	64,09	63,72	37,82	49,24	37,91
Exploatarea noilor oportunități	25,74	21,56	41,99	11,86	24,92	31,75
Până acum, guvernul a gestionat eficient consecințele pandemiei asupra economiei	45,48	17,78	29,81	29,20	35,77	40,66

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Din informațiile furnizate de antreprenori reiese faptul că pandemia a creat noi oportunități de afaceri pe care antreprenorii din România doresc să le exploateze. Recunoașterea noilor oportunități și digitalizarea întreprinderilor pot contribui la redresarea economiei.

3 Atitudini și percepții privind antreprenoriatul din România

Activitatea antreprenorială este rezultatul unei decizii individuale privind demararea unei afaceri, iar această decizie este influențată de o serie de atitudini și percepții privind antreprenoriatul. **Cunoștințele și aptitudinile indivizilor** sunt factori importanți ai comportamentului acestora și joacă un rol important în explicarea activităților antreprenoriale. Cunoștințele le oferă indivizilor abilități cognitive și conduc la o productivitate și o eficiență mai mare (van Trang et al., 2019).

Recunoașterea oportunităților este o forță determinantă ale intențiilor antreprenoriale. Identificarea oportunității de piață se află în centrul încercărilor antreprenoriale (Wannamakok și Chang, 2020).

Prezența unor **modele de succes în domeniul antreprenoriatului** transmite un mesaj potențialilor antreprenori că afacerile reprezintă o opțiune de carieră atractivă. În același timp, atitudinea negativă a societății față de antreprenori, împreună cu lipsa modelelor de rol, poate descuraja indivizii să demareze o afacere (van Trang et al., 2019).

Conform lui Cacciotti et al. (2020), **teama de eșec** este o parte inerentă a experienței de antreprenoriat. În încercările lor de a începe și de a dezvolta întreprinderi, antreprenorii se confruntă cu teama și entuziasmul de a face față unei serii de sarcini care pot sau nu să ducă la eșec (de exemplu, lansarea de produse și servicii noi, obținerea finanțării, eforturile pentru a dezvolta și a menține relații cu clienți valoroși).

GEM colectează răspunsurile populației adulte la o serie de întrebări legate de aceste aspecte ale antreprenoriatului. Tabelul 5 prezintă **atitudinile și percepțiile individuale ale populației privind antreprenoriatul din România în comparație internațională.**

Tabelul 5. Atitudini și percepții individuale privind antreprenoriatul în România în comparație internațională, 2021 (% din populația adultă activă)

	Croația	Polonia	România	Ungaria	Medie grup	Medie GEM
Cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii 2 ani (Complet de acord/ Oarecum de acord)	67,95	53,95	37,66	49,74	53,32	52,67
Condiții bune pentru a începe o afacere în următoarele 6 luni în zona în care locuiește (Complet de acord/ Oarecum de acord)	58,33	72,54	49,13	36,54	46,88	54,76
Are cunoștințele/competențele necesare pentru a începe o afacere (Complet de acord/ Oarecum de acord)	71,07	60,13	50,02	36,00	56,57	57,86
Teama de eșec este un obstacol în pornirea unei afaceri (Complet de acord/ Oarecum de acord)	49,91	44,65	55,64	38,21	41,16	45,01
Rata fricii de eșec în cadrul celor care recunosc oportunitățile (Complet de acord/ Oarecum de acord)	45,58	43,48	48,25	33,72	42,85	42,82
Este ușoară demararea unei afaceri (Complet de acord/ Oarecum de acord)	30,92	64,27	27,04	49,07	40,74	51,37

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

În România doar 37,66% din populația adultă activă cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani, ponderea fiind mai scăzută decât cea înregistrată în Croația (67,95%), Polonia (53,95%) și Ungaria (49,74%), respectiv decât media țărilor cu venituri medii (53,32%) și media țărilor participante GEM (52,67%). În privința identificării oportunităților antreprenoriale în societate situația României este mai favorabilă decât a Ungariei, dar mai puțin favorabilă decât a Poloniei și a Croației. **Ponderea personalelor care văd oportunități bune pentru demararea unei afaceri în România (49,13%)** depășește media țărilor cu venituri medii (46,88%). Media țărilor participante la cercetarea GEM (54,76%) este mai

mare decât ponderea celor care văd oportunități de afaceri în România în următorul jumătate de an în zona în care locuiesc.

Jumătate din populația adultă activă a României crede că are abilitățile necesare demarării unei afaceri, rata depășește cea măsurată în Ungaria (36,00%), dar care este mai scăzută decât cea din Croația (71,07%) și Polonia (60,13%), și ușor mai scăzută decât media țărilor cu venituri medii (56,57%) și decât media globală (57,86%).

Teama de eșec este ridicată în societatea din România, 55,64% din populația adultă activă consideră că teama de eșec este un obstacol în pornirea unei afaceri. Valoarea acestui indicator este sub 50% în cazul țărilor analizate din Europa Centrală și de Est. Rata fricii de eșec în cazul persoanelor care recunosc oportunitățile antreprenoriale este 48,25% în România, această rată fiind mai ridicată decât cea înregistrată în cazul țărilor și a grupurilor de țări analizate.

Doar 27,04% din populația adultă activă din România consideră că demararea unei afaceri este ușoară, acesta fiind cea mai scăzută valoare din întreaga analiza comparativă a țărilor și a grupurilor de țări, media globală GEM ajungând la 51,37%.

4 Cât de responsabili sunt din punct de vedere social și al mediului întreprinzătorii din România?

Tot mai multe afaceri sunt implicate în activități de responsabilitate socială. Controlul guvernamental, cultura, factorii politici, nivelul de dezvoltare al economiei sunt factori importanți care pot influența activitatea de responsabilitate socială a afacerilor dintr-o țară (Tilt, 2016). **Cercetarea GEM a fost extinsă și asupra responsabilității sociale și de mediu a întreprinzătorilor din România**, întreprinzătorii în stadiu incipient (a se vedea Tabelul 6) și întreprinzătorii consacrați (a se vedea Tabelul 7) făcând subiectul unei analize distincte.

Tabelul 6. Responsabilitatea socială și de mediu a întreprinzătorilor în stadiu incipient din România în comparație internațională (% din antreprenorii în stadiu incipient)

	Croația	Polonia	România	Ungaria	Medie grup	Medie GEM
În luarea deciziilor legate de afacere implicațiile sociale sunt întotdeauna luate în considerare (accesul la educație, sănătate, siguranță, loc de muncă incluziv, locuințe, transport, calitatea vieții la muncă, etc.)	78,68	44,35	81,41	74,53	74,07	75,46
În luarea deciziilor legate de afacere implicațiile asupra mediului sunt întotdeauna luate în considerare (conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a gunoiului, consumul conștient de apă, electricitate și combustibil, etc.)	81,87	42,38	83,93	86,33	76,20	74,62
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este prioritizată peste profitabilitate sau creștere	67,09	30,11	66,17	49,62	58,35	60,56

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Analiza comparativă arată că întreprinzătorii în stadiu incipient din România ia în considerare implicațiile sociale (81,41%) și de mediu (83,93%) în

deciziile lor legate de afacere în mare măsură. Impactul social și/sau de mediu al afacerii este prioritizată peste profitabilitate sau creștere în cazul a 66,17% din întreprinzătorii în stadiu incipient. Aceste valori pot fi considerate ridicate pe baza analizei comparative. În Polonia au fost măsurate cele mai mici valori în această analiză (30,11%).

Antreprenorii consacrați din România iau în considerare implicațiile sociale (71,25%) și de mediu (82,33%) ale deciziilor lor în proporție mai mare decât media țărilor cu venituri medii și media GEM, după cum reiese din datele prezentate în următorul tabel. 67,98% dintre antreprenorii consacrați consideră că impactul social și/sau de mediu al afacerii este prioritizată peste profitabilitate sau creștere. Sunt de remarcat ponderile extrem de scăzute ale Poloniei la acest capitol.

Tabelul 7. Responsabilitatea socială și de mediu a întreprinzătorilor consacrați din România în comparație internațională (% din proprietari-manageri de firme consacrate)

	Croația	Polonia	România	Ungaria	Medie grup	Medie GEM
În luarea deciziilor legate de afacere implicațiile sociale sunt întotdeauna luate în considerare (accesul la educație, sănătate, siguranță, loc de muncă incluziv, locuințe, transport, calitatea vieții la muncă, etc.)	78,72	5,10	71,25	60,88	67,64	70,57
În luarea deciziilor legate de afacere implicațiile asupra mediului sunt întotdeauna luate în considerare (conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a gunoiului, consumul conștient de apă, electricitate și combustibil, etc.)	85,36	4,90	82,33	83,74	74,26	73,16
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este prioritizată peste profitabilitate sau creștere	73,72	34,92	67,98	50,91	57,07	57,43

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Sondajul BNR privind accesul la finanțare al companiilor nefinanciare din România (FCNEF, 2021)[2] surprinde și opiniile mediului de afaceri din România cu privire la percepția privind impactul schimbărilor climatice. Rezultatele arată că cele mai multe companii din România (62%) nu au luat nicio măsură în ceea ce privește riscurile climatice, procentul este de 34% în cazul corporațiilor, probabil pe fondul unei culturi organizaționale mai dezvoltate și al unui grad de conștientizare mai ridicat.

Conform analizei FCNEF BNR (2021) inițiativele populare privind schimbările climatice întreprinse în ultimii doi ani sunt:

- reducerea apei utilizate și a deșeurilor (21%)
- creșterea eficienței energetice (15%)
- folosirea de materiale mai durabile sau dezvoltarea de produse sau servicii care nu aduc un prejudiciu asupra mediului (14%).

Din rezultatele sondajului GEM România și al BNR, FCNEF rezultă faptul că deși în luarea deciziilor legate de afaceri sunt luate în considerare implicațiile de mediu, cele mai multe companii din România nu au luat nicio măsură în ceea ce privește riscurile climatice.

[2] Sondajul a fost efectuat de BNR în lunile septembrie și octombrie 2021. Are la bază un chestionar care este transmis unui eșantion de aproximativ 11.000 de companii nefinanciare, dintre care circa 85% sunt IMM, corporațiile fiind incluse exhaustiv.

5 Cine sunt antreprenorii din România?

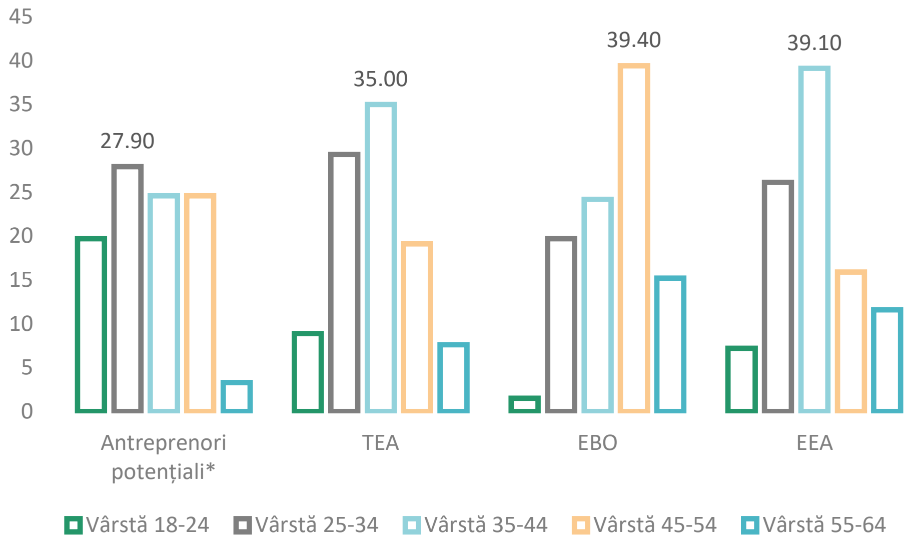
În timp ce oricine poate fi antreprenor, anumite grupuri sociale pot fi reprezentate în mai mare măsură decât altele în cadrul populației de antreprenori. Subreprezentarea unor segmente are un impact asupra potențialelor întreprinderi noi, precum și asupra locurilor de muncă, respectiv asupra veniturilor și a valorii adăugate pe care acestea le-ar putea aduce. De asemenea, aceasta ar putea limita așteptările, aspirațiile și ambițiile unor persoane cu potențial antreprenorial. Este important ca toată lumea, indiferent de vârstă, gen sau educație, să poată vedea oameni ca ei care demarează și administrează afaceri de succes și să conștientizeze că și ei au această opțiune (GEM, 2022, pg. 55).

O întrebare interesantă este legată de tinerii întreprinzători, mai precis de ponderea acestora în cadrul antreprenorilor. Tinerii pot fi mai pregătiți pentru acceptarea riscului, având mai puțin de pierdut în cazul unui eșec, acesta în cele mai multe cazuri nu exclude o carieră ulterioară de succes. Pe de altă parte, este posibil să aibă mai puține cunoștințe și experiență, precum și mai puțin acces la resurse (GEM, 2022, pg. 56).

Bernat et al. (2017) evidențiază faptul că pentru un antreprenor este important să fie la curent cu cunoștințele și evoluțiile tehnice, deci tinerii ar fi mai predispuși să devină antreprenori. Cu toate acestea, dacă inițierea unei afaceri este facilitată de experiența anterioară ca angajat în anumite industrii și ocupații, experiența poate ajuta, de asemenea, persoanele mai în vârstă să devină antreprenori de succes.

Distribuția antreprenorilor din România în funcție de vârstă este prezentată în Figura 5. **Cea mai frecventă categorie de vârstă este a celor între 25-34 de ani, atât în cazul antreprenorilor în stadiu incipient**, cât și în cazul angajaților cu activități antreprenoriale. **Cei mai mulți antreprenori consacrați au vârsta între 45-54 de ani (39,40%)**. Distribuția antreprenorilor potențiali în funcție de vârstă este mai uniformă.

Figura 5. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de vârstă (%)



*sunt luate în considerare numai acele persoane care nu sunt implicați în activități antreprenoriale

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Lumea antreprenorială dominată de bărbați este în schimbare, tot mai multe femei alegând această carieră, în ultimii ani ponderea femeilor antreprenor se aproprie de cea a bărbaților (GEM, 2022, pg. 60). **Femeile antreprenor reprezintă categoria de antreprenori cu cea mai rapidă creștere la nivel mondial** (Cardella et al., 2020). În cercetarea lor, Zenger și Folkman (2019) au arătat că femeile sunt mai bune decât bărbații în majoritatea abilităților de conducere. Femeile au obținut scoruri mai mari decât bărbații în ceea ce privește aptitudinile cheie, cum ar fi lucrul în echipă, inovarea și rezolvarea problemelor.

Conform datelor din 2021**, în România aproape fiecare categorie de antreprenor este dominată de către bărbați, însă decalajul de gen nu este semnificativ** (a se vedea Figura 6). **În cazul antreprenorilor consacrați ponderea femeilor este mai mare decât a bărbaților.**

Figura 6. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de gen



*sunt luate în considerare numai acele persoane care nu sunt implicați în activități antreprenoriale

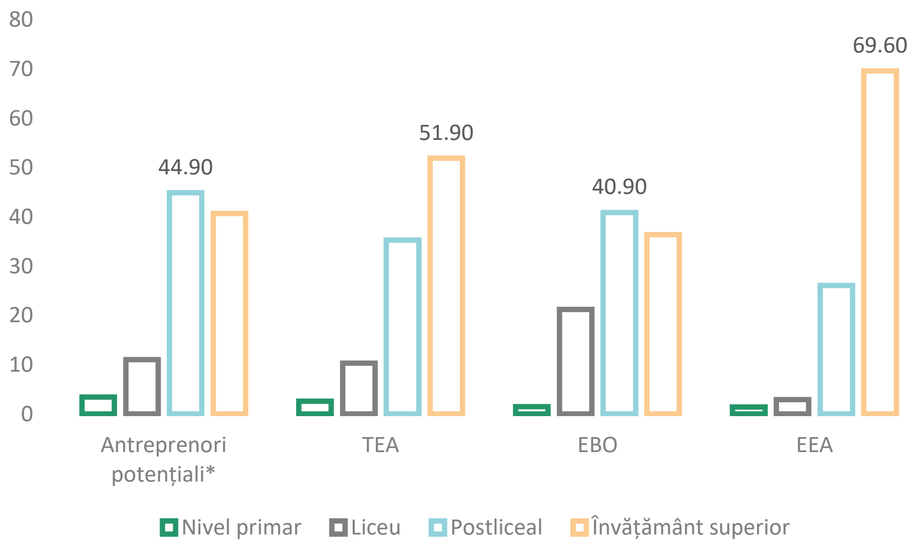
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Implicarea persoanelor cu studii superioare în activități antreprenoriale este analizată în literatura de specialitate (Sieger et al., 2021; GEM, 2022, pg. 63). Afandi și Kermani (2015) constată o relație negativă semnificativă între educație și preferința pentru munca pe cont propriu și o relație pozitivă cu încercarea de a lucra pe cont propriu. Sunt argumente teoretice opuse care ar putea contribui la raționalizarea acestor constatări: în timp ce indivizii cu un nivel de educație mai ridicat au oferte mai bune de locuri de muncă pe piața forței de muncă, aceștia

sunt, de asemenea, mai buni la identificarea oportunităților de autoangajare și ar putea avea abilități manageriale mai bune (Simoes et al., 2016).

Figura 7 prezintă distribuția antreprenorilor în funcție de nivelul educațional. Se poate observa că **în categoria angajaților cu activitate antreprenorială ponderea celor cu studii superioare este cea mai ridicată, aproape 70%**. Nivelul educațional al antreprenorilor în stadiu incipient este mai ridicat decât al antreprenorilor consacrați.

Figura 7. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație

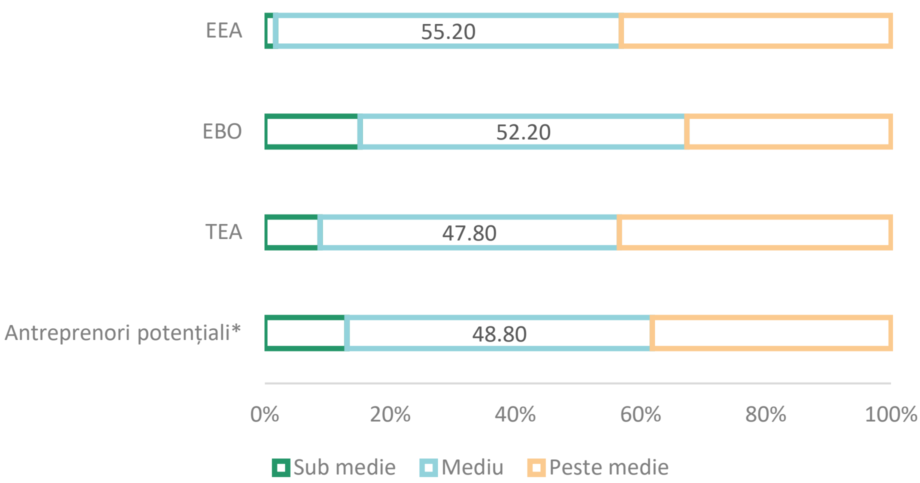


*sunt luate în considerare numai acele persoane care nu sunt implicați în activități antreprenoriale

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Distribuția antreprenorilor în funcție de venitul gospodăriei este prezentată în Figura 8. Angajații cu activitate antreprenorială obțin venituri medii mai mari, deoarece expertiza și activitatea desfășurată în cadrul firmei este remunerată corespunzător. Este surprinzător faptul că peste 15% dintre antreprenorii consacrați au afirmat că venitul gospodăriei se situează sub medie.

Figura 8. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei



*sunt luate în considerare numai acele persoane care nu sunt implicați în activități antreprenoriale

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Analizând profilul antreprenorilor din România, putem concluziona că întreprinzătorii potențiali pot fi descriși ca având în general o vârstă între 25-34 de ani (27,9%), cu studii postliceale (44,9%) sau superioare (40,7%), bărbați (56,6%) și cu venitul medii (48,8%). Cea mai mare pondere a întreprinzătorilor în stadiu incipient este de vârsta cuprinsă între 35-44 de ani (35%), cu studii superioare (51,9%) și venituri medii. Întreprinzătorii consacrați prezintă cea mai ridicată pondere în intervalul de vârstă de 45-54 ani (39,4%), cu studii postliceale (40,9%) sau superioare (36,4%) și cu venituri medii (52,2%). Angajații cu activități antreprenoriale au cel mai frecvent (39,1%) o vârstă între 35-44 ani, cu studii superioare (69,6%) și cu venituri medii (55,2%).

6 Cum pot fi caracterizate întreprinderile din România?

Cercetarea **GEM studiază și impactul activității antreprenoriale** prin analiza așteptărilor de creștere privind numărul locurilor de muncă nou create, a gradului de internaționalizare și a sectoarelor de activitate ale întreprinderilor. Acele afaceri noi care intenționează să angajeze mai mulți oameni au un impact mai mare asupra economiei și a societății, decât acele afaceri care angajează doar proprietarul (Levie și Autio, 2013; GEM, 2022, pg. 50). Afacerile care anticipează o pondere semnificativă a veniturilor din export devin cu o probabilitate mai mare afaceri cu creștere rapidă decât cele care nu își anticipează această situație (GEM, 2022, pg. 50).

Rezultatele referitoare la România privind impactul activității antreprenoriale pot fi urmărite în Tabelul 8. **În România 12% dintre întreprinzătorii în stadiu incipient și 4,3% dintre întreprinzătorii consacrați se așteaptă ca în următorii cinci ani numărul de angajați să crească cu peste 50%,** însă această creștere trebuie să fie de cel puțin 10 persoane. **5% dintre afacerile întreprinzătorilor în stadiu incipient și 1,6% dintre afacerile întreprinzătorilor consacrați prezintă un grad ridicat de internaționalizare** (peste 26% din veniturile lor provin din export).

Tabelul 8. Impactul activității antreprenoriale în România

	Antreprenori în stadiu incipient*	Întreprinzători consacrați **
Așteptări privind creșterea numărului de locuri de muncă creșterea numărului de angajați în următorii 5 ani cu peste 50% (creștere de minim 10 persoane)	12,0	4,3
Internaționalizare peste 26% din venituri provine din export	5,0	1,6

*procent din antreprenorii în stadiu incipient
**procent din proprietarii de firme consacrate

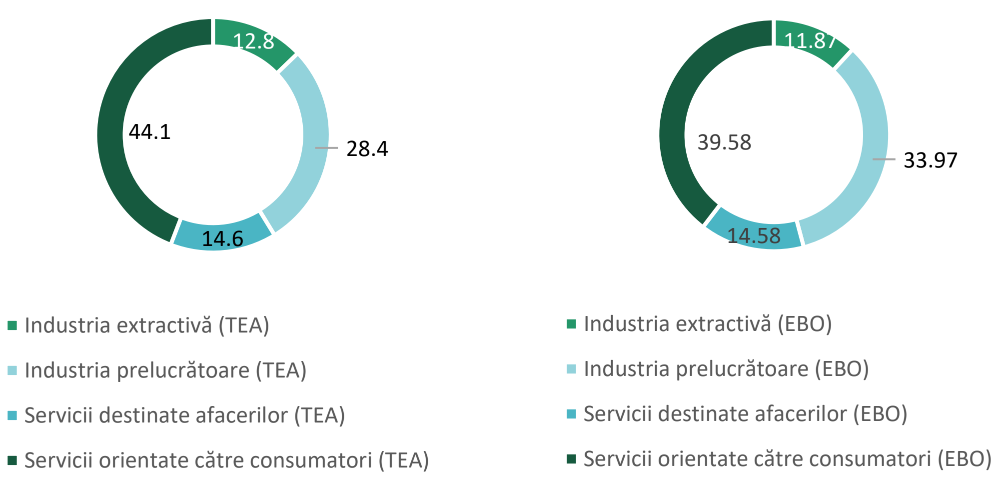
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Alegerea sectorului de activitate este importantă nu doar pentru afacere, ci și pentru economie în general. Sectoarele de activitate, precum serviciile personale (de exemplu, serviciile de coafor și frizerie, taximetria) sau comerțul cu amănuntul

de produse de uz comun (de exemplu, alimentele, florile sau telefoanele mobile) au puține bariere la intrare și, prin urmare, tind să fie foarte competitive și cu marje scăzute de profit. Alte sectoare pot avea câteva întreprinderi mari care domină piața, ceea ce face ca intrarea pe piață la scară mică să fie prohibitivă. Întreprinderile noi și durabile tind să se afle pe piețe de nișă, care necesită un nivel ridicat de capital uman și financiar, și care vând produse diferențiate pentru care consumatorii sau întreprinderile sunt dispuși să plătească o sumă mai mare. Multe dintre aceste întreprinderi își desfășoară activitatea mai degrabă în domeniul serviciilor pentru întreprinderi decât în cel al serviciilor pentru consumatori (GEM, 2022, pg. 49).

Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient și a întreprinderilor consacrate în funcție de sectorul de activitate este prezentată în Figura 9. **Cele mai multe întreprinderi prestează servicii orientate către consumatori.** Al doilea cel mai popular sector de activitate este industria prelucrătoare. În cazul întreprinderilor consacrate ponderile celor două sectoare sunt foarte apropiate.

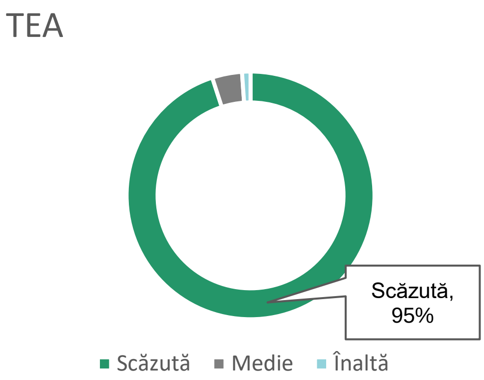
Figura 9. Distribuția întreprinderilor din România în funcție de sectorul de activitate

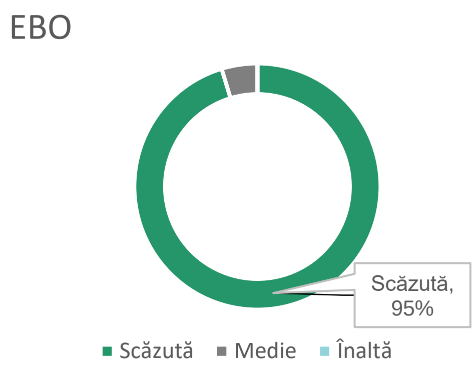


Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Datele prezentate în Figura 10 arată că 95% dintre întreprinderile din România folosesc tehnologie de nivel scăzut, și doar 1,1% dintre întreprinderile în stadiu incipient folosesc tehnologie înaltă.

Figura 10. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologiei utilizate

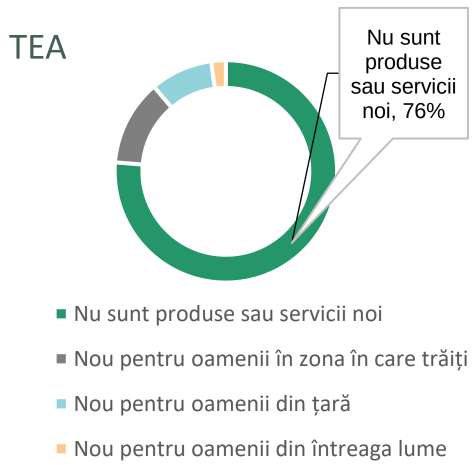


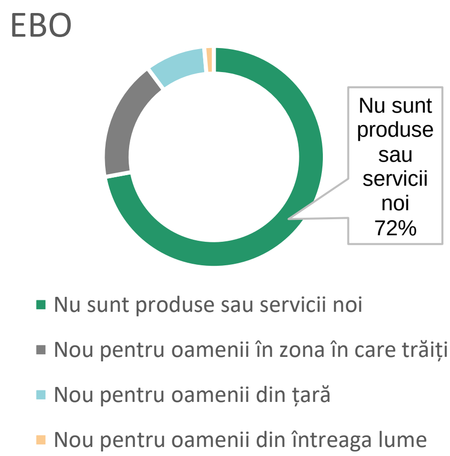


Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Conform datelor prezentate în Figura 11, **în România 76,3% dintre întreprinzătorii în stadiu incipient, respectiv 72,1% dintre întreprinzătorii consacrați consideră că produsele și serviciile lor nu reprezintă pentru nimeni o noutate**, iar doar 2,1%, respectiv 1,4% declară că produsele și serviciile lor sunt noi pentru oamenii din întreaga lume.

Figura 11. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor/serviciilor oferite





Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

7 Care sunt motivele de a porni sau de a opri o afacere?

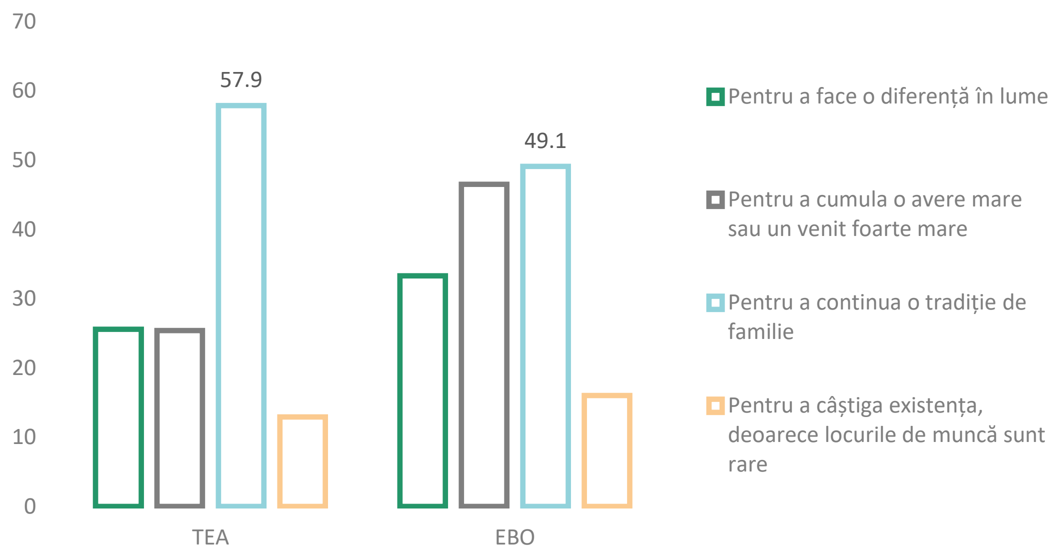
Pot exista motive foarte variate de a porni o afacere: de a schimba lumea, de a se îmbogăți, de a îmbunătăți comunitatea, de a continua o tradiție de familie, de a crea locuri de muncă și multe altele. Totuși, **cel mai des motiv de începere a unei afaceri întâlnit la nivel global este de a deveni independent și autonom** (GEM, 2022, pg. 69). Afacerile își încetează activitatea din diferite motive. Cel mai răspândit motiv este cel legat de nivelul scăzut al vânzărilor sau al profitabilității, dar printre cauzele des întâlnite sunt și nivelul ridicat al impozitelor și birocrația, lipsa surselor de finanțare, cât și, recent, pandemia de coronavirus. Pandemia a lovit majoritatea afacerilor în mod direct, prin îmbolnăvirea angajaților, prin lockdown și limitări, prin impactul asupra piețelor și al rețelelor de aprovizionare. Dar pot fi și motive pozitive pentru încetarea activității, cum ar fi vânzarea afacerii la un preț bun, găsirea unui loc de muncă mai bun și mai sigur sau o nouă oportunitate de afaceri. Sunt și cazuri în care ieșirea a fost planificată în avans (GEM, 2022, pg. 77-78).

Cercetarea noastră a analizat și motivele pentru care întreprinzătorii din România au pornit sau au încetat o afacere.

7.1 De ce își demarează antreprenorii propriile afaceri în România?

Figura 12 prezintă principalele motive pentru care au fost pornite afacerile. **Motivul cel mai frecvent al întreprinzătorilor în stadiu incipient din România este de a continua o tradiție de familie (57,9%), motiv aflat pe primul loc și în cazul întreprinzătorilor consacrați (49,1%).**

Figura 12. Motive pentru a demara o afacere în România



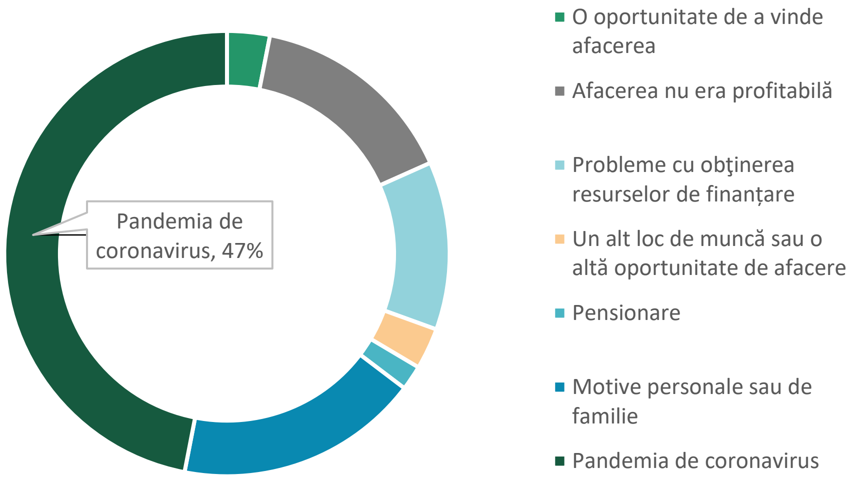
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Cumularea unei averi mari sau obținerea unui venit foarte mare este un motiv frecvent întâlnit la întreprinzătorii consacrați (46,5%), acest motiv fiind întâlnit la doar 25,4% dintre întreprinzătorii în stadiu incipient.

7.2 Motivele de a închide o afacere în România

Motivele pentru care întreprinzătorii în stadiu incipient din România au închis afacerile pot fi urmărite în Figura 13. **Aproape jumătate dintre cei care au renunțat la afacere (47%) au indicat ca motiv pandemia de coronavirus**, 17,7% motive personale sau de familie, 15,2% au afirmat că afacerea nu era profitabilă și 12,2% au indicat problemele cu obținerea surselor de finanțare.

Figura 13. Motive de a renunța la o afacere în cazul antreprenorilor în stadiu incipient din România



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2021

Antreprenorii se confruntă cu o gamă largă de opțiuni odată ce au decis să iasă din firmele lor. Ieșirea poate avea loc sub diferite forme: oferte publice inițiale, achiziția de firmă, preluarea de către management sau de către instituții, succesiune sau lichidare (Sanguineti et al., 2022).

8 Cum văd experții naționali mediul antreprenorial din România?

GEM descrie și evaluează ecosistemul antreprenorial al unei economii în raport cu nouă condiții-cadru economice (**E**conomic **F**ramework **C**onditions, **EFC**), care sunt prezentate în Tabelul 9. Aceste condiții-cadru, derivate din două decenii de cercetare și experiență, reprezintă principalii factori care influențează impactul activității antreprenoriale asupra creșterii economice. Starea acestor EFC poate încuraja, limita sau descuraja complet fie înființarea de noi întreprinderi, fie dezvoltarea întreprinderilor nou înființate în întreprinderi consolidate care pot genera venituri și locuri de muncă mai durabile. GEM studiază opiniile experților privind suficiența sau insuficiența fiecărei condiții-cadru prin realizarea anchetei naționale a experților (**N**ational **E**xpert **S**urvey, **NES**) în fiecare economie.

Tabelul 9. Condițiile-cadru antreprenoriale (EFC) GEM

A1. Finanțarea antreprenorială	Există fonduri suficiente pentru întreprinderi nou-înființate?
A2. Ușurința accesului la finanțare antreprenorială	Sunt aceste fonduri ușor de accesat?
B1. Politica guvernamentală: Sprijin și relevanță	Promovează și sprijină start-up-urile?
B2. Politica guvernamentală: Impozite și birocrație	Sunt împovărate întreprinderile?
C. Programe guvernamentale pentru antreprenoriat	Sunt disponibile programe de sprijin de calitate?
D1. Educația antreprenorială la școală	Introduc școlile idei de antreprenoriat?
D2. Educație antreprenorială postliceală	Facultățile oferă cursuri de inițiere a unei afaceri?
E. Transferuri de cercetare și dezvoltare	Poate fi convertită cercetarea în noi afaceri?
F. Infrastructura comercială și profesională	Sunt suficiente și accesibile?
G1. Ușurința de intrare: Dinamica pieței	Sunt piețele libere, deschise și în creștere?
G2. Ușurința de intrare: Povara și reglementarea	Reglementările încurajează sau limitează intrarea?
H. Infrastructura fizică	Este suficient și accesibil?
I. Norme sociale și culturale	Încurajează și promovează cultura antreprenoriatului?

Sursă: GEM (2022), pg. 86

Sunt adresate aceleași întrebări unui număr de cel puțin 36 de experți naționali, fiecare dintre aceștia având un nivel ridicat de expertiză într-una sau în mai multe dintre condițiile-cadru. **În 2021 cele 50 de echipe naționale participante la GEM NES au intervievat în total 2076 de experți, fiecare dintre aceștia fiind identificat de către echipa națională cu aprobarea prealabilă a echipei de coordonare GEM.** Toți experții au completat chestionarul NES, acordând un punctaj economiei naționale în funcție de măsura în care au fost sau nu de acord cu întrebările referitoare la fiecare condiție-cadru. Condițiile-cadru, sintetizate în Tabelul 9, sunt evaluate pe o scală Likert de la complet neadevărat (0) la complet adevărat (10).

În 2021 în NES a fost încorporat un nou subiect legat de ușurința de accesare a fondurilor pentru antreprenoriat. Ca urmare, pilonul de finanțare din cadrul sondajului are două părți: accentul tradițional pus pe suficiența fondurilor, completat de o oportunitate suplimentară de a puncta ușurința relativă de acces la aceste fonduri.

Există o asociere pozitivă între nivelul de venit și scorurile individuale ale condițiilor-cadru. În cazul fiecărei condiție-cadru scorurile obținute de economiile cu venituri ridicate le depășesc pe cele ale economiilor cu venituri medii.

Rezultatele NES 2021 ale țărilor cu venituri medii sunt rezumate în Tabelul 10. Sunt prezentate economiile care au obținut cel mai mare și cel mai mic punctaj pentru fiecare EFC, respectiv punctajul obținut de România, evidențiat și poziția în cadrul celor 19 țări cu venituri medii. În majoritatea condițiilor-cadru cele mai scăzute scoruri sunt obținute în Belarus și Oman, iar Lituania a obținut cele mai înalte scoruri în majoritatea cazurilor. În clasamentul economiilor cu venituri medii **România a fost clasată cel mai bine în cazul condiției-cadru privind reglementările legate de intrarea pe piață (locul 6), respectiv în cazul ușurinței accesului la finanțare antreprenorială (locul 8).** Poziția cea mai slabă a fost obținută de către România în cazul condițiilor-cadru legate de transferul de cercetare-dezvoltare și a programelor guvernamentale pentru antreprenoriat (poziția 18 din 19 economii în cazul ambelor condiții-cadru).

Tabelul 10. Condițiile-cadru antreprenoriale ale țărilor cu venituri medii: cele mai mari și cele mai mici scoruri medii, respectiv scorul și poziția României (0 – insuficient, 10 – suficient)

EFC	Cel mai scăzut scor		România	Poziție (19 țări)	Cel mai înalt scor	
A1. Finanțarea antreprenorială	Belarus	2,58	4,0	12	Lituania	6,08
A2. Ușurința accesului la finanțare antreprenorială	Belarus	2,81	4,1	8	Lituania	5,59
B1. Politica guvernamentală: Sprijin și relevanță	Belarus	1,68	3,1	16	Lituania	6,09
B2. Politica guvernamentală: Impozite și birocrație	Republica Slovacă	3,36	4,1	15	Lituania	6,04
C. Programe guvernamentale pentru antreprenoriat	Belarus	2,19	3,1	18	Spania	6,28
D1. Educația antreprenorială la școală	Polonia	1,73	2,5	11	Lituania	4,74
D2. Educație antreprenorială postliceală	Polonia	2,86	3,9	14	Spania	6,06
E. Transferuri de cercetare și dezvoltare	Belarus	3,20	2,7	18	Lituania	5,78
F. Infrastructura comercială și profesională	Oman	4,16	5,5	10	Lituania	6,80
G1. Ușurința de intrare: Dinamica pieței	Uruguay	2,66	4,9	12	Turcia	7,04
G2. Ușurința de intrare: Povara și reglementarea	Oman	3,21	4,3	6	Lituania	6,47
H. Infrastructura fizică	Oman	4,87	5,80	15	Lituania	8,52
I. Norme sociale și culturale	Republica Croația	2,96	3,7	14	Lituania	6,15

Sursă: GEM (2022), pg. 87 și calcule proprii

În anul 2021 au fost adăugate la chestionarul experților naționali câteva întrebări legate de domenii speciale de interes, cum ar fi răspunsurile la atenuarea efectelor pandemiei, progresul și sprijinul acordat digitalizării și telemuncii, creșterea economiei tip „gig” (în care poți lucra oricând și de oriunde) ca model de afacere, precum și întrebări legate de sprijinul acordat femeilor antreprenor.

Experții naționali au fost întrebați dacă măsurile adoptate de guvernele lor în primul an al pandemiei au contribuit la prevenirea unei scăderi semnificative a numărului de întreprinderi noi și în curs de dezvoltare, respectiv a locurilor de muncă aferente. Experții au fost de acord că măsurile guvernamentale au contribuit la evitarea unui declin al noilor întreprinderi în Arabia Saudită, țară cu venituri ridicate, în Lituania, țară cu venituri medii, și, într-o măsură mai mică, în India, țară cu venituri scăzute. Măsurile au fost considerate mai puțin eficiente în Japonia, Belarus și Iran. Sprijinul pentru femeile antreprenor prezintă o imagine similară, cu cel mai mare sprijin în Emiratele Arabe Unite, Lituania și India și cel mai slab în Israel, Turcia și Iran. Progresul și sprijinul pentru digitalizare, precum și pentru creșterea telemuncii din cauza pandemiei, sunt confirmate de experții din economiile cu venituri ridicate, cu scoruri medii de peste 5 în toate țările din acest grup, cu Olanda în top. Lituania și Columbia au avut cele mai mari scoruri medii din grupurile cu venituri medii, respectiv scăzute, în timp ce Japonia, Belarus și Sudan au avut cele mai mici scoruri medii din grupurile lor de venituri.

Rezultatele privind scorurile cele mai mari și cele mai mici în grupa economiilor cu venituri medii sunt prezentate în Tabelul 11, alături de răspunsurile sintetizate la întrebările privind sprijinul acordat femeilor antreprenor. Cele mai scăzute scoruri au fost obținute de către Belarus, iar Lituania a fost țara cu cel mai înalt scor la două întrebări (progresul și susținerea digitalizării și a telemuncii, respectiv sprijinul acordat femeilor antreprenor). Cel mai înalt scor este obținut de Letonia (8,1) în cazul creșterii muncii la comandă.

Conform scorurilor acordate României de către experții naționali, **România se plasează pe locul 8 în clasamentul țărilor cu venituri medii în cazul măsurilor guvernamentale privind reducerea scăderii numărului întreprinderilor noi, respectiv în cazul sprijinului acordat femeilor antreprenor. În cazul progresului și susținerea digitalizării și a telemuncii România s-a clasat pe locul 15**. Opinia experților este în concordanță cu deciziile adoptate de către antreprenori privind digitalizarea întreprinderilor (rezultatele detaliate pot fi consultate în Tabelele 3 și 4).

Tabelul 11. Cele mai înalte și cele mai scăzute scoruri ale țărilor cu venituri medii, respectiv scorurile acordate de experții din România: răspunsuri la pandemie și sprijin pentru femeile antreprenor

	Scorul cel mai scăzut		România	Poziție (19 țări)	Scorul cel mai înalt	
Reducerea de către guvern a scăderii numărului de firme noi	Belarus	2,3	4,71	8	Uruguay	6,8
Progresul și susținerea digitalizării și a telemuncii	Belarus	4,3	5,10	15	Lituania	7,5
Creșterea muncii la comandă ca motor și model de afaceri pentru startup-uri	Belarus	4,2	5,30	14	Letonia	8,1
Sprijin pentru femeile antreprenor	Turcia	3,2	5,15	8	Lituania	7,0

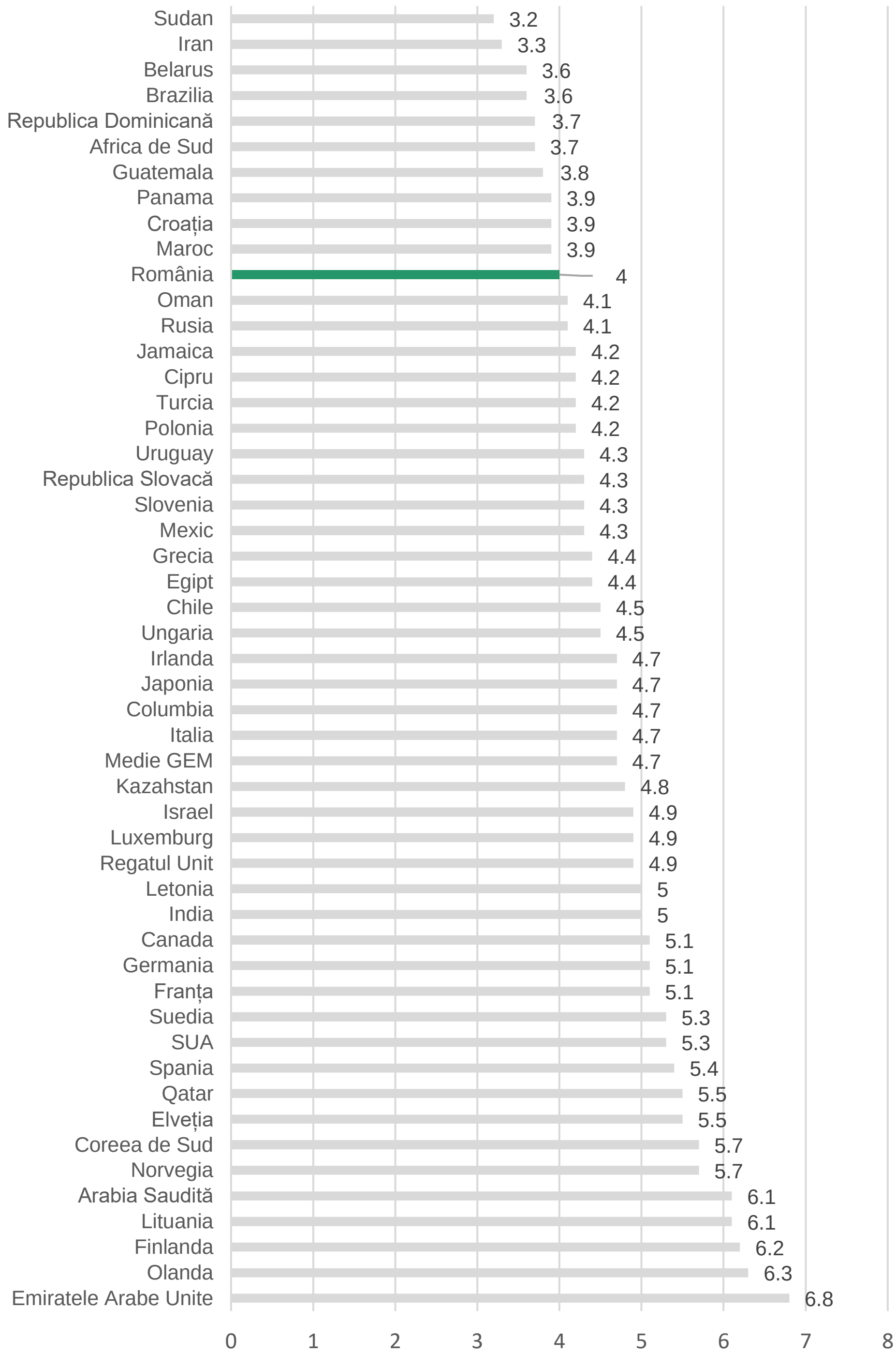
Sursă: GEM (2022), pg. 88 și calcule proprii

În 2018 GEM a introdus **Indicele național al contextului antreprenorial** (National Entrepreneurship Context Index, NECI), care **rezumă într-un singur indicator evaluarea comună a experților cu privire la condițiile-cadru ale fiecărei economii**. NECI este media scorurilor experților pentru cele 13 condiții-cadru. Rezultatele din anul 2021 sunt prezentate în Figura 14 și susțin afirmațiile anterioare: în opinia colectivă a experților chestionați Emiratele Arabe Unite (cu cel mai mare scor NECI de 6,8) ar putea fi cel mai bun loc pentru a începe o nouă afacere, urmat de Olanda, Finlanda, Lituania și Arabia Saudită. Toate aceste țări, cu excepția Lituaniei, sunt clasificate ca economii cu venituri ridicate. Dintre cele cinci țări cu cele mai mici scoruri NECI, fiecare este o economie cu venituri mici, cu excepția Belarusului (economie cu venituri medii). Conform NECI 2021, dintre cele 50 de economii participante, Emiratele Arabe Unite au cel mai favorabil mediu pentru antreprenoriat, iar Sudanul cel mai puțin favorabil. România ocupă locul 40 dintre 50 de economii participante conform indicelui național al contextului antreprenorial, valoarea indicelui fiind 4.

Nu este o coincidență faptul că economiile care au obținut cele mai mari punctaje în ceea ce privește eforturile guvernamentale de atenuare a impactului pandemiei asupra noilor întreprinderi nou înființate (Arabia Saudită) sau în ceea ce privește sprijinirea femeilor antreprenor (Emiratele Arabe Unite) sunt, de asemenea, economii care au înregistrat îmbunătățiri consistente și substanțiale ale scorurilor

NECI în ultimii ani. În mod similar, economiile care au obținut cele mai slabe scoruri la aceste măsuri tind, de asemenea, să aibă un număr mare de condiții-cadru considerate insuficiente: Israel (9 condiții-cadru), Turcia (11 condiții-cadru) și Iran (11 condiții-cadru).

Figura 14. Indicele național al contextului antreprenorial (NECI), 2021

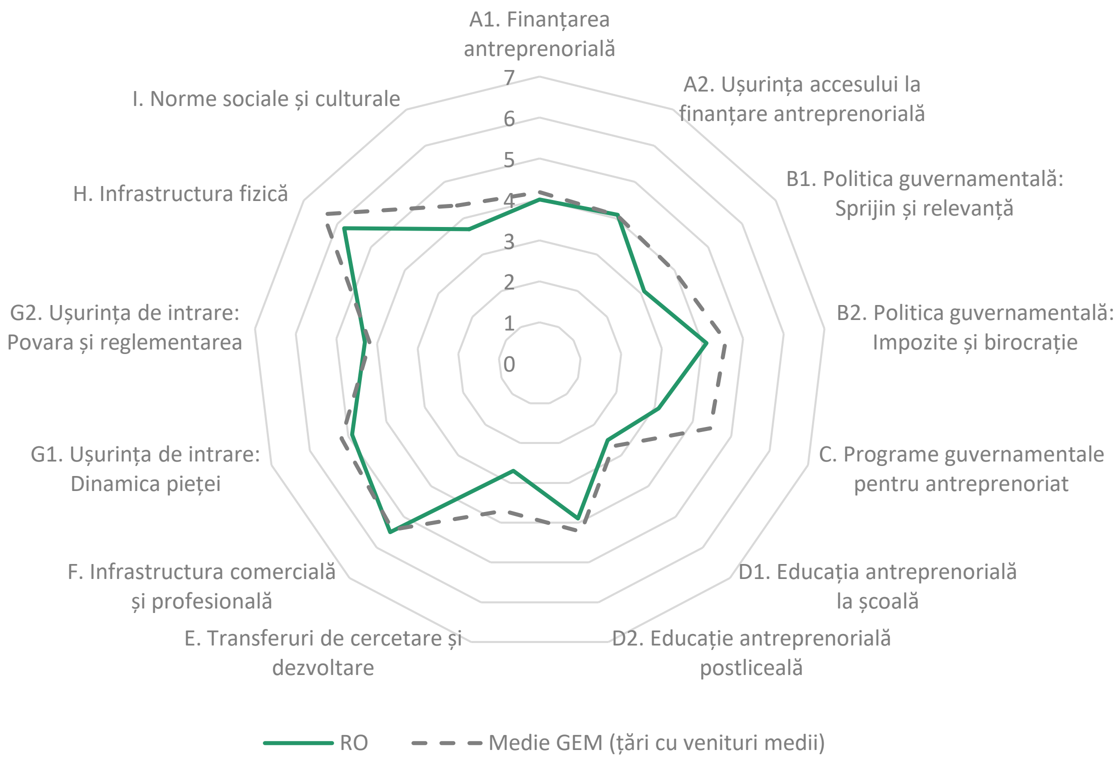


Sursă: GEM (2022), pg. 90 și calcule proprii

Sprijinirea noilor întreprinderi în timpul unei pandemii și sprijinirea femeilor antreprenor ar trebui să meargă mână în mână în cadrul strategiilor de politică pentru a îmbunătăți mediul antreprenorial, sporind astfel oportunitățile, promovând egalitatea și încurajând noile întreprinderi și dezvoltarea afacerilor.

Figura 15 prezintă scorurile fiecărei condiții-cadru antreprenorial acordate de către experții din România în comparație cu media punctajelor acordate de către experții din țările cu venituri medii. În cazul majorității condițiilor-cadru scorurile obținute de România sunt apropiate de media țărilor cu venituri medii. Cea mai mare diferență este în cazul transferului de cercetare și dezvoltare, respectiv în cazul programelor guvernamentale, România obținând punctaje mult sub media economiilor cu venituri medii.

Figura 15. Evaluările experților privind condițiile-cadru antreprenoriale din România



Sursă: GEM (2022), pg. 162

Cel puțin patru dintre cele 13 condiții-cadru antreprenoriale sunt de competența directă a guvernului național, iar acestea nu sunt cele mai bine cotate de către experții naționali. Fiecare guvern are capacitatea de a crea și de a menține un

mediu favorabil pentru antreprenoriat: dacă nu face acest lucru, poate afecta prosperitatea actuală și viitoare a populației sale. De exemplu, educația antreprenorială la nivel școlar primește în mod constant un punctaj scăzut din partea experților naționali. Îmbunătățirea educației antreprenoriale în școli ar putea fi un mijloc relativ puțin costisitor și cu impact ridicat pentru a consolida mediul antreprenorial.

Referințe bibliografice

Afandi, E., Kermani, M. (2015). Bridging the gender gap in entrepreneurship: an empirical analysis. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(02), 1550008. doi:10.1142/s1084946715500089

Álvarez, C., Urbano, D., Amorós, J. E. (2014). GEM research: achievements and challenges. *Small Business Economics*, 42(3), 445–465. doi:10.1007/s11187-013-9517-5

Banca Națională a României (2021), *Sondaj privind accesul la finanțare al companiilor nefinanciare din România*, Decembrie 2021: https://www.bnr.ro/PublicationDocuments.aspx?icid=15748. Accesat la date de: 04.02.2022.

Bernat, L. F., Lambardi, G., Palacios, P. (2017). Determinants of the entrepreneurial gender gap in Latin America, *Small Business Economics*. 48(3), 727–752, doi: 10.1007/s11187-016-9789-7

Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M., Schott, T. (2021), *2020-2021 Global Repor*t, London: GEM

Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., Allen, D. G. (2020). Entrepreneurial fear of failure: Scale development and validation. *Journal of Business Venturing*, 35(5), 106041. doi:10.1016/j.jbusvent.2020.10604

Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., Sánchez-García, J. C. (2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Frontiers in Psychology*, 11, 1557. doi:10.3389/fpsyg.2020.01557

Carree, M. A., Thurik, A. R. (2007). The Lag Structure of the Impact of Business Ownership on Economic Performance in OECD Countries. *Small Business Economics*, 30(1), 101–110. doi:10.1007/s11187-006-9007-0

Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. (2002). The Regulation of Entry. The Quarterly *Journal of Economics*, 117(1), 1–37. doi:10.1162/003355302753399436

Galindo-Martín, M.-Á., Castaño-Martínez, M.-S., Méndez-Picazo, M.-T. (2021). Effects of the pandemic crisis on entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Business Research*, 137, 345–353. doi:10.1016/j.jbusres.2021.08.05

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. London: GEM.

Grube, L. E., Storr, V. H. (2018). Embedded entrepreneurs and post-disaster community recovery. *Entrepreneurship & Regional Development*, *30*(7-8), 800-821. doi:10.1080/08985626.2018.1457084

Levie, J., Autio, E. (2013). *Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence* (No. 0001). Enterprise Research Centre.

Liñán, F., Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685–701. doi:10.1007/s11187-013-9520-x

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231. doi.org/10.1007/s11187-005-1980-1

Sanguineti, F., Majocchi, A., Cavusgil, S. T. (2022). Founding entrepreneur's dilemma: Stay or exit the firm following an acquisition? An international comparison. *International Business Review*, 31(1), 101904. doi:10.1016/j.ibusrev.2021.101904

Scott Morton, F. M., Podolny, J. M. (2002). Love or Money? The Effects of Owner Motivation in the California Wine Industry. *Journal of Industrial Economics*, 50(4), 431–456. doi:10.1111/1467-6451.00185

Simoes, N., Crespo, N., Moreira, S. B. (2016). Individual determinants of self-employment entry: what do we really know? *Journal of Economic Surveys*, 30(4), 783–806. doi:10.1111/joes.12111

Sternberg, R., Wennekers, S. (2005). Determinants and Effects of New Business Creation Using Global Entrepreneurship Monitor Data. *Small Business Economics*, 24(3), 193–203. doi:10.1007/s11187-005-1974-z

Storr, V.H., Haeffele, S., Lofthouse, J.K., Hobson, N. (2022). Entrepreneurship during a pandemic. *European Journal of Law and Economics*, *54*(1), 83–105. https://doi.org/10.1007/s10657-021-09712-7

Szász, L., Bálint, C., Csíki, O., Nagy, B. Z., Rácz, B. G., Csala, D., Harris, L. C. (2022). The impact of COVID-19 on the evolution of online retail: The pandemic as a window of opportunity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 69, 103089.

Tilt, C. A. (2016). Corporate social responsibility research: the importance of context. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1–9. doi:10.1186/s40991-016-0003-7

van Stel, A., Carree, M., Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311–321. doi:10.1007/s11187-005-1996-6

van Trang, T., Do, Q. H., Luong, M. H. (2019). Entrepreneurial human capital, role models, and fear of failure and start-up perception of feasibility among adults in Vietnam. *International Journal of Engineering Business Management*, 11, 184797901987326. doi:10.1177/1847979019873269

Wannamakok, W., Chang, Y.-Y. (2020). Understanding nascent women entrepreneurs: an exploratory investigation into their entrepreneurial intentions, *Gender in Management: An International Journal,* 35(6), 553–566. https://doi.org/10.1108/GM-12-2019-0250

Welter, F. (2011). Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165–184. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x



GEM

Global Entrepreneurship Monitor

2021/2022

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

UNIVERSITAS CLAUDIOPOLITANA

ROMANIA

PRESA UNIVERSITARĂ

UBBFSEGA

ISBN: 978-606-37-2146-5

econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat